Bibliothek dialektischer Grundbegriffe

ROGER BEHRENS

Kulturindustrie

[transcript]

Roger Behrens | Kulturindustrie

Bibliothek dialektischer Grundbegriffe

Bisher erschienene Bände

Christoph Hubig | Mittel
Renate Wahsner | Naturwissenschaft
Werner Rügemer | arm und reich
Michael Weingarten | Leben (bio-ethisch)
Jörg Zimmer | Metapher
Hans Heinz Holz | Widerspiegelung
Volker Schürmann | Muße
Angelica Nuzzo | System
Michael Weingarten | Wahrnehmen
Thomas Metscher | Mimesis
Jörg Zimmer | Reflexion
Hermann Klenner | Recht und Unrecht
Michael Weingarten | Sterben (bio-ethisch)
Andreas Arndt | Unmittelbarkeit

In Vorbereitung

Gerhard Stuby/Norman Paech | Völkerrecht
Kurt Röttgers | Engel und Teufel
Michael Weingarten | Tod (bio-ethisch)
Thomas Metscher | Literatur

Edition panta rei | *πάντα ῥεῖ*
Forum für dialektisches Denken

Bibliothek dialektischer Grundbegriffe
herausgegeben von Andreas Hüllinghorst

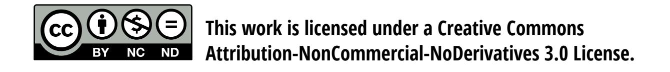
Band 15 | Roger Behrens | Kulturindustrie

[transcript]

Die **Bibliothek dialektischer Grundbegriffe** ist eine Einführungsreihe in verschiedene Ansätze dialektischen Philosophierens. Weitere Informationen zur Reihe insgesamt als auch zu Autoren und einzelnen Bänden erhalten Sie auf der Internetseite **www.transcript-verlag.de/main/prg_pan_edi.htm**. Dort haben Sie auch die Möglichkeit, Fragen, die Ihnen bei der Lektüre kommen, an den Herausgeber bzw. an den jeweiligen Autor zu stellen.

Die **Bibliothek dialektischer Grundbegriffe** kann auch **abonniert** werden. Bitte wenden Sie sich an den Verlag. Jeder Band kostet dann nur noch 5,50 € (plus Porto).

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.ddb.de abrufbar.



Satz: Digitron GmbH, Bielefeld
Druck: Majuskel Medienproduktion GmbH, Wetzlar
ISBN 3-89942-246-5

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier mit chlorfrei gebleichtem Zellstoff.

Inhalt

Was ist Kulturindustrie?

»Kulturindustrie bietet als Paradies denselben Alltag wieder an«[1] **|** Die alten Gespenster der bürgerlichen Gesellschaft haben sich in große und kleine Spektakel verwandelt. Nach wie vor erscheint der Reichtum in der nunmehr globalisierten Weltordnung des neoliberalen Zeitalters als »ungeheure Warensammlung«[2], doch der Schein selbst erstrahlt in der vollends realisierten Ästhetisierung des Alltagslebens. Wir freuen uns auf den Feierabend; läuft nach der Vorabendserie, die wir zwar als stumpfsinnigen Kitsch durchschauen, aber doch seit Jahren mit Begeisterung verfolgen, nichts Interessantes im Fernsehen, leihen wir ein Video aus und sehen den dritten Teil eines Blockbusters, den wir im Kino versäumt haben. Den Krieg gibt es dazu im Kabelprogramm mit Exklusivbildern der Bombardements, die die Nachtsichtgeräte übertragen, kommentiert von der sachlichen Stimme der Nachrichtensprecherin. Wir schalten um zum Sport, sind selber tüchtig dabei, uns in Form zu halten, sind *fit for fun*. Die CDs werden immer teurer, die Konzerte der beliebten Bands unbezahlbar, aber in der virtuellen Welt des Internets gibt es, wenn auch illegal, das meiste umsonst als Download. Und im Großstadtdschungel der vermeintlich wirklichen Welt trägt man Tarnfleck und Bundeswehrparkas; die Deutschlandfahne, früher unbedingt entfernt oder anarchistisch schwarz-rot-schwarz verwandelt, wird heute aus Gleichgültigkeit oder wieder entdecktem Nationalgefühl einfach drangelassen. Dazu hören die Jugendlichen die Musik, die die Älteren einst als Mainstream ablehnten. Ganze Jugendkulturen werden zu Retrophänomenen im großen Stil. Auf den T-Shirts steht der Schriftzug der Undergroundband, ein freches ›Bitch‹ oder ›Pornostar‹, oder das stilisierte Porträt Che Guevaras und »¡Hasta la victoria siempre!«; den ewigen Sieg reklamiert das Profitmotiv. Und Guevaras Schlachtruf, realistisch zu sein und das Unmögliche zu fordern, ist vom Spätkapitalismus längst eingelöst worden: »Nichts ist unmöglich!«

---

1 | Die Überschriften sind aus dem Abschnitt *Kulturindustrie* aus Th. W. Adorno/M. Horkeimer, *Dialektik der Aufklärung*. – Mit dem Siegel ›GS‹ + Bandzahl/Seitenzahl wird zitiert aus: Theodor W. Adorno, Gesammelte Schriften in zwanzig Bänden, hg. v. R. Tiedemann, unter Mitwirkung von G. Adorno, S. Buck-Morss und K. Schultz, Frankfurt/Main 1997.

2 | Vgl. K. Marx, Zur Kritik der Politischen Ökonomie, in: Marx-Engels-Werke (MEW), Berlin 1957ff., Bd. 13, S. 15, sowie den ersten Absatz in K. Marx, Das Kapital, in: ebd., MEW 23, S. 49

Die Produktion ist gänzlich hinter der Konsumtion versteckt und jede Ware, die Reichtum und Wohlstand verspricht, betritt als Kulturware die Bühne eines Konsumentenkapitalismus, der die ökonomische Sphäre zum bunten Markt der Möglichkeiten verkleidet hat. Alles ist Kultur oder, zeitgemäßer ausgedrückt, Popkultur. Diese Gesellschaft nach dem vor über fünfzig Jahren von Theodor W. Adorno (1903–1969) und Max Horkheimer (1885–1973) eingeführten Begriff als Kulturindustrie zu bezeichnen, mutet indes paradox an: Einerseits scheint vieles von dem, was Adorno und Horkheimer für die dreißiger und vierziger Jahre für den Unterhaltungsbetrieb konstatierten, erst heute vollständig verwirklicht zu sein und demnach noch rücksichtsloser das Leben der Menschen zu bestimmen, als es vor einem halben Jahrhundert absehbar war. Andererseits hat sich scheinbar gerade die Kulturindustrie mitnichten als verwalteter Massenbetrug herausgestellt, sondern im Gegenteil als plurales Kraftfeld von Selbstbestimmungs- und Ermächtigungsstrategien, die den Einzelnen, ebenso scheinbar, zum mündigen Subjekt in der demokratischen Freizeitgesellschaft machen.

Konsumentenkapitalismus

Wie ein Vexierbild verändert sich der Status der Kulturwaren: Genau die Attribute, die von den Fürsprechern der fröhlichen Konsumkultur als Angebotsvielfalt, Dissidenz, Subversivität und sogar Widerständigkeit wahrgenommen werden, bestätigen in kritisch-theoretischer Perspektive die Standardisierung, den Schematismus, die Stereotypen, die ewig gleichen Klischees, von denen bereits Adorno und Horkheimer gesprochen haben. Dass Kultur eine Ware ist, was einmal das Kernproblem der Kulturindustriekritik bezeichnete, ist längst zur Parole der kulturellen Möglichkeiten, nachgerade zum Synonym für Demokratie geworden. Weil aus einer Vielzahl von Fernsehprogrammen ausgewählt werden kann und weil es neben ausgemachtem Unfug auch Bildungsfunk und Hochkultur gibt, glaubt man, Adorno und Horkheimers These, die Kulturindustrie bedeute Aufklärung als Massenbetrug, sei widerlegt. Darüber hinaus ist mittlerweile ›Kulturindustrie‹ als Etikett schon zum Ehrenwort geworden, mit dem die Produktionsfirmen Werbung für sich machen. Die kritische Theorie der Kulturindustrie ist zusammengeschrumpft worden zur bloßen Kulturkritik, mit der Kommerz und trivialer Unterhaltungsschund moniert werden. So bleibt es nicht aus, dass sich manche der mündigen Konsumenten die Kulturindustrie, von der sie sich übervorteilt fühlen, förmlich als Fabrik vorstel-

Begriffsverwirrung

len, in der gemeine Bonzen – womöglich sich in geheimen Sitzungen verabredend – irgendwie ›Kommerzkultur‹ herstellen; eine raffende, wuchernde und sowieso viel zu laute Kommerzkultur, gegen die dann ehrliche, selbst gemachte und ursprüngliche Volkskultur nach einem Schema verteidigt wird, in dem die antiamerikanischen, rassistischen und antisemitischen Ressentiments strukturell schon angelegt sind. Das kann sich im Übrigen durchaus mit der Idee von Subkultur mischen, die sich als Opposition zur Kulturindustrie versteht: Nach dieser Vorstellung werden unabhängige Teilkulturen entweder von der Kulturindustrie vereinnahmt und abhängig gemacht, oder es gibt in der Kulturindustrie Nischen und Winkel, in denen sich der subkulturelle Widerstand verschanzen kann. Dem entspricht auch eine ältere Auffassung, nach der Adorno und Horkheimer selbst gegen die Kulturindustrie eine avancierte Kunst der Hochkultur verteidigt hätten. Die Kulturindustrietheorie wurde mithin zu einer Art Legitimationsstrategie des Bildungsbürgers, sich auch einmal auf das niedere Niveau der Masse herabzulassen und am Fernsehalltag teilzuhaben.[3]

Aktualität der Kulturindustriethese

Die Begriffsverwirrung provoziert die Frage nach der Aktualität der Kulturindustriethese, die Adorno und Horkheimer in ihrer Gemeinschaftsarbeit *Dialektik der Aufklärung* entwickelt haben. Die Antwort ist von der Aktualität der kritischen Theorie selbst und der Intention einer kritischen Untersuchung der Kulturindustrie nicht zu trennen. Grundsätzlich wird die Kulturindustriethese schon im Ansatz verfehlt, wenn man sie auf Adornos unnachgiebiges Urteil reduziert, wonach alle Massenkultur und vor allem Jazzmusik schlecht und Schund seien. Doch die Vorstellung, um die Welt sei es besser bestellt, wenn man Adorno nachweisen könne, dass die Kulturindustrie gar nicht so schlimm sei, dass es durchaus guten Jazz gebe[4], ist absurd – und gehört als

---

3 | Insbesondere Adorno gilt als kulturpessimistischer, vergrätzter wie antiquierter Bildungsbürger, dem anlässlich seines 100. Geburtstags hämisch nachgewiesen wird, an Fernsehserien und Pauschalurlaub seine Freude gehabt zu haben, als sei dadurch seine kritische Theorie an sich widerlegt.

4 | Den es zweifelsohne gibt; warum Adornos Auffassung vom Jazz problematisch ist und dass mit der Kritik an Adornos Auseinandersetzung mit dem Jazz keineswegs die kritische Theorie ausgehebelt ist, hat Heinz Steinert gezeigt: Die Entdeckung der Kulturindustrie. Oder: Warum Professor Adorno Jazz-Musik nicht ausstehen konnte, Münster 2003.

Ideologie bereits zur Kulturindustrie, wie sie in der *Dialektik der Aufklärung* entwickelt wird: Es geht nämlich nicht um die blanke Bemäkelung von Kino, Schlager und Magazinen, sondern um die Kritik einer bestimmten strukturellen Veränderung der kapitalistischen Gesellschaft zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Dass diese Kritik veraltet sein soll, weil sie vor einem halben Jahrhundert unter ganz anderen Bedingungen formuliert wurde, ist Unsinn, denn Adorno und Horkheimer bezeichnen kein statisches System, sondern gehen von einer dynamischen Krisenentwicklung spätkapitalistischer Gesellschaften aus (entsprechend des Postulats vom Zeitkern der Wahrheit; vgl. GS 3/9). So bleibt die Kulturindustriethese aktuell, solange die kritische Theorie der Gesellschaft aktuell bleibt. Solche Aktualität provoziert die schlechte Gesellschaft, und nicht allein die schlechte Kultur, die sie verschleiert.

Mögliches Ende der Kulturindustrie

Ein mögliches Ende der Kulturindustrie haben Adorno und Horkheimer ohnehin schon in Betracht gezogen, wenn sie konstatieren, dass die Kulturindustrie in Reklame mündet und die Gesellschaft sich in dieser Reklame selbst reproduziert: als eine *Gesellschaft des Spektakels*, wie der Situationist Guy Debord (1931–1994) 1967 den Prozess bezeichnete, mit dem sich nach dem Zweiten Weltkrieg im Schatten der Restauration die Warengesellschaft als ubiquitäre Popkultur etablierte. »Das Spektakel ist der Moment, worin die Ware zur völligen Besetzung des gesellschaftlichen Lebens gelangt ist.«[5] Wie Adorno und Horkheimer diagnostiziert auch Debord eine »durch und durch zur Ware gewordene Kultur«.[6] In seinem *Résumé über Kulturindustrie* von 1963 fasst Adorno noch einmal zusammen: »Die Ersatzbefriedigung, die die Kulturindustrie den Menschen bereitet, indem sie das Wohlgefühl erweckt, die Welt sei in eben der Ordnung, die sie ihnen suggerieren will, betrügt sie um das Glück, das sie ihnen vorschwindelt. Der Gesamteffekt der Kulturindustrie ist der einer Anti-Aufklärung« (GS 10,1/347). Solcher falscher Schein der ästhetisierten Warenwelt ist das Spektakel: »Das Spektakel stellt sich als eine ungeheure, unbestreitbare und unerreichbare Positivität dar. Es sagt nichts mehr als: ›Was erscheint, das ist gut; was gut ist, das erscheint.‹ Die durch das Spektakel prinzipiell geforderte Haltung ist diese passive Hin-

5 | Guy Debord, Die Gesellschaft des Spektakels, Berlin 1996, S. 35

6 | Ebd., S. 166

nahme.«[7] Diesen Schein, das Spektakel zu durchbrechen, ist Intention der kritischen Theorie der Kulturindustrie. In diesem Sinne hat Adorno, wenige Monate vor seinem Tod, in einer Notiz für einen Radiovortrag noch einmal die wesentlichen Merkmale der Kulturindustrie zusammengefasst: »Viele Eigentümlichkeiten der Kulturindustrie stammen aus der auf die Antike zurückdatierenden Tradition niederer Kunst, einer Unterhaltung, die es nicht aufs Formgesetz abgesehen hat, sondern auf Wirkung und Einverständnis. Das eigentlich Neue der Kulturindustrie ist, daß sie diese früher verstreuten Momente zusammengefaßt, systematisiert, zur Ausschließlichkeit erhoben hat. Die herkömmliche Rücksicht auf Wünsche und Gewohnheiten des Publikums hat sie in dirigistischer Planung, Rationalisierung, fast in wissenschaftlichen Kalkül umgewandelt. Sie befindet sich dabei in Übereinstimmung mit der gesellschaftlichen Gesamttendenz, auch den Geist zur Ware zu machen, seinen Wahrheitsgehalt, sein An sich, zu einem Für anderes, zu Konsumierbarem. Tatsächlich kehren in Kulturindustrie eingefrorene Standards und Kategorien wieder, die schon zu Beginn des bürgerlichen Unterhaltungsromans in England um die Wende des siebzehnten und achtzehnten Jahrhunderts etabliert waren. Nur ist indessen der Publikumsgeschmack zum Vorwand geworden für den Willen der Verfügenden, das Bewußtsein auf dem Status quo zu halten, seine Veränderung zu verhindern, dessen Fortschritt sonst vielleicht schwer zu bändigen wäre. Kulturindustrie ist die synthetische Kultur der verwalteten Welt. Ihre Waren werden [...] nach dem Prinzip ihrer Verwertung angefertigt, nicht nach ihrem Wahrheitsgehalt. Die einmal mühsam und prekär genug errungene Autonomie der Kunstwerke wird zurückgenommen, mit oder ohne die bewußte Absicht der Verfügung. [...] Schließlich hat die Ideologie der Kulturindustrie sich verselbständigt, bedarf kaum mehr besonderer Botschaften, nähert sich den public relations. [...] An den Mann gebracht wird allgemeines unkritisches Mit-dabei-Sein, Reklame gemacht für die Welt, so wie ein jedes kulturindustrielle Produkt seine eigene Reklame ist.«[8]

Der Begriff der Kulturindustrie ist nicht programmatisch zu

---

7 | Ebd., S. 17

8 | Th. W. Adorno, Für Wiener Radio, 21.2.1969, nach einem Typoskript, in: Theodor W. Adorno Archiv (Hg.), Adorno. Eine Bildmonographie, Frankfurt/Main 2003, S. 288ff.

Kulturindustrie ist kein programmatischer Begriff

nehmen. Es gehört zum Selbstverständnis der kritischen Theorie, dass die Begriffe selbst so wenig wie die Sache, die sie bezeichnen, statisch sind und sich definitorisch festlegen lassen. Auch der Begriff der Kulturindustrie bleibt dialektisch, in sich so widersprüchlich wie die in ihm reflektierten Phänomene. Kritische Theorie insgesamt entzieht sich dem Programm, dem positivistischen Tatsachenbefund ebenso wie der bloßen Spekulation; sie versucht, mit dem kritischen Begriff das Material, die strukturelle Dynamik der gegenwärtigen Gesellschaft und die Bedingungen der Möglichkeiten einer humaneren Welt zu vermitteln. Weil die Kultur in der bürgerlichen Gesellschaft genau dieses verspricht und das Versprechen zugleich vereitelt, weil durch Kultur die Verhältnisse bestätigt werden und zugleich deren mögliche Veränderung behauptet wird, reflektiert eine kritische Theorie der Gesellschaft auf die »kulturelle Logik des Spätkapitalismus« (Fredric Jameson). War zunächst von Massenkultur die Rede, so spricht Adorno in den 1930er Jahren von der *communication industry* oder – wie etwa auch Horkheimer, Hanns Eisler (1898–1962) und Herbert Marcuse (1898–1979) – von der Vergnügungsindustrie. 1942 spricht Horkheimer in einem Brief an Leo Löwenthal (1900–1993) vom »big business oder der Kulturindustrie«.[9] Der Abschnitt *Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug* steht im Zentrum der zuerst unter dem Titel *Philosophische Fragmente* vorgelegten *Dialektik der Aufklärung* von Adorno und Horkheimer. Ebenfalls in den vierziger Jahren des letzten Jahrhunderts veröffentlicht Adorno zusammen mit Eisler die Studie *Komposition für den Film*, in der der Begriff der Kulturindustrie anhand einer kritischen Theorie der Filmmusik diskutiert wird. In Adornos Nachlass findet sich ein im Oktober 1942 abgeschlossener Text, *Das Schema der Massenkultur*, untertitelt mit *Kulturindustrie* (*Fortsetzung*). Insofern findet hier der Abschnitt *Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug* seine Ergänzung, der in der ersten Ausgabe von *Dialektik der Aufklärung* mit dem Wort »Fortzusetzen« endete, das in der überarbeiteten Ausgabe von 1969 ist der Zusatz getilgt wurde. In Aufsätzen und Vorträgen wie *Résumé über Kulturindustrie* (1963), *Prolog zum Fernsehen* (1953), *Fernsehen als Ideologie* (1954) sowie in Adornos erst

9 | Vgl. Martin Jay, Dialektische Phantasie. Die Geschichte der Frankfurter Schule und das Instituts für Sozialforschung 1923–1950, Frankfurt/Main 1985, S. 146

posthum veröffentlichten *Ästhetischen Theorie* (1970) wird das Thema der Kulturindustrie wieder aufgenommen, ebenso wie in der *Einleitung in die Musiksoziologie* (1962/68) und anderen musiktheoretischen Arbeiten. Zu nennen ist hier vor allem die Philosophie der neuen Musik von 1948, die »als ausgeführter Exkurs zur *Dialektik der Aufklärung* genommen werden« (GS 12/11) soll. Es gibt aber bei Adorno, der den Begriff der Kulturindustrie noch am häufigsten benutzt, keine explizit programmatische Monografie zur Kulturindustrie. Auch in Horkheimers Schriften spielt der Begriff der Kulturindustrie keine exponierte Rolle, obwohl die Kritik der Massenkultur der spätkapitalistischen Gesellschaft insgesamt in seiner Sozialphilosophie virulentes Thema bleibt. Dasselbe gilt für die Arbeiten Löwenthals und Marcuses; beide haben eigenständige Monografien zum Komplex der Massenkultur veröffentlicht, ohne explizit auf das Konzept der Kulturindustrie einzugehen.[10] Insofern also dem Begriff der Kulturindustrie innerhalb der kritischen Theorie keine programmatische Position zukommt, darf gewissermaßen seine Bedeutung und seine Reichweite nicht überschätzt werden. So wird auch von Adorno und Horkheimer »die Kulturindustrie ernster genommen, als sie es von sich aus möchte« (GS 3/16f.). Die Theorie der Kulturindustrie ist zwar durchaus systematisch entfaltet, der Begriff selbst reflektiert aber eine philosophische Position, die als Denk*system* nicht mehr zu formulieren ist. Deshalb heißt es in der *Dialektik der Aufklärung*: »Mehr noch als die anderen Abschnitte ist der über Kulturindustrie fragmentarisch« (GS 3/17). Die kritische Theorie der Kulturindustrie selbst ist nur in Fragmenten zu rekonstruieren, gerade weil der gesellschaftliche Immanenzzusammenhang[11], den der Begriff der Kulturindustrie bezeichnet, nicht einfach zu überspringen ist.

---

10 | Vgl. etwa L. Löwenthal, Literatur und Gesellschaft, Neuwied 1964, und H. Marcuse, Der eindimensionale Mensch, Neuwied 1967

11 | Medientheorie, die das Wort ›Kulturindustrie‹ häufig wörtlich nimmt und zwar als den Zusammenschluss von Firmen, die Kultur herstellen, überhöht ihren eigenen Begriff, den des Mediums. Sie geht davon aus, dass einer äußeren Wirklichkeit eine medial produzierte Scheinwelt gegenübersteht. Die kritische Theorie der Kulturindustrie setzt dagegen, dass auch die ›Kultur‹, die Ideologie, das Bewusstsein Teil der Wirklichkeit sind: Genau diese Einheit der Wirklichkeit bezeichnet den Immanenzzusammenhang. Er bedarf der Medien als Vermittlung. Die Immanenz rührt am dialektischen

»Die ganze Welt wird durch das Filter der Kulturindustrie geleitet« | Der kritische Begriff der Kulturindustrie ist von dem historischen Rahmen, in dem er entwickelt wurde, nicht zu trennen. Der prekäre Ausgangspunkt ist die weltpolitische Situation nach dem Ersten Weltkrieg: Spätestens mit dem Stalinismus musste das sozialistische Experiment der Sowjetunion als gescheitert angesehen werden und trotz einer starken kommunistischen Bewegung in der kapitalistischen Welt gab es wenig Anzeichen dafür, dass von der Arbeiterklasse eine emanzipatorische Revolution der bürgerlichen Gesellschaft zu erwarten war. Vielmehr bedeuteten die ökonomischen Veränderungen – das tayloristische System und der Fordismus – eine Nivellierung des Klassenwiderspruchs. Sie beförderten die Integration des Proletariats in die bürgerliche Gesellschaft und die konformistische Formierung eines Massenbewusstseins, das sein Modell im Angestelltenmilieu fand. Zielte die sozialistische Kritik des Kapitalismus etwa bei Rosa Luxemburg (1871–1919) noch auf die kommunistische Aufhebung der ökonomischen Verhältnisse, so wurde durch Eduard Bernstein (1850–1932) die Sozialdemokratie als politisches Programm begründet, wonach der Kapitalismus nicht zu revolutionieren, sondern vielmehr zu übernehmen und durch Reformen zu verbessern sei.

Der geschichtliche Hintergunrd des Begriffs ›Kulturindustrie‹

Anders als in der Konstitutionsphase der bürgerlichen Gesellschaft im 19. Jahrhundert, als die Ordnung der Welt noch nicht vollständig dem Wertgesetz unterlag, ist die spätkapitalistische Gesellschaft des 20. Jahrhunderts dadurch gekennzeichnet, dass das Leben vollständig durchkapitalisiert ist. Es geht wesentlichen Teilen der Arbeiterklasse nicht mehr um revolutionäre Alternativen zum Kapitalismus, sondern um Reformen der kapitalistischen Gesellschaft, es geht darum, die kapitalistische Produktionsweise effektiver zu organisieren. In der spätkapitalistischen Gesellschaft kommt der Kultur eine besondere Funktion

Kulturindustrie und kritische Theorie der Gesellschaft

Grundproblem einer kritischen Theorie der Gesellschaft: »Immanente Kritik hat ihre Grenze daran, dass schließlich das Gesetz des Immanenzzusammenhangs eins ist mit der Verblendung, die zu durchschlagen wäre. Aber dieser Augenblick, wahrhaft allein erst der qualitative Sprung, stellt einzig im Vollzug der immanenten Dialektik sich ein« (Th. W. Adorno, Ontologie und Dialektik, in: ders., Nachgelassene Schriften, Abt. IV: Vorlesungen Bd. 7, hg. v. Theodor W. Adorno Archiv und R. Tiedemann, Frankfurt/Main 2002, S. 341).

zu, indem sie einerseits ebenfalls nach Maßgaben ökonomischer Rentabilität ausgerichtet wird, andererseits weiterhin als eine vom wirtschaftlichen Leben losgelöste höhere Sphäre erscheint. Gesellschaftliche Herrschaft kann nunmehr nicht länger allein als Ausbeutung beschrieben werden, sondern manifestiert sich im Bewusstsein der modernen Individuen als Unterdrückung; das bürgerliche Subjekt steht auf dem Spiel.

Widerspruch zwischen Sein und Bewusstsein

Hatte Immanuel Kant (1724–1804) kritisch analysiert, wie das Bewusstsein zur Erkenntnis gelangt, und wurde mit Georg Wilhelm Friedrich Hegels (1770–1831) Philosophie darstellbar, inwiefern sich Bewusstsein als Geist geschichtlich entfaltet, so explizierte Karl Marx (1818–1883) mit seiner *Kritik der Politischen Ökonomie* die materialistische Wendung, wonach das Sein das Bewusstsein bestimmt. Danach ist das »menschliche Wesen [...] kein dem einzelnen Individuum innewohnendes Abstraktum«, sondern ist »in seiner Wirklichkeit [...] das Ensemble der gesellschaftlichen Verhältnisse«.[12] Das Verhältnis zwischen Sein und Bewusstsein ist dialektisch bestimmt: als eines von Widersprüchen.[13] Als Widerspruch ist zu begreifen, dass das Sein in der kapitalistischen Gesellschaft verzerrt und entstellt im Bewusstsein widergespiegelt wird. Die auf Warenproduktion, Geld und Tauschwert basierende Gesellschaft erscheint insgesamt als natürliche Bedingung des allgemeinen menschlichen Glücks und Reichtums. Diese dem »Fetischcharakters der Ware« (Marx) entspringende Ideologie stellt sich dabei als »notwendig falsches Bewußtsein« dar.[14] Die kritische Theorie erkennt zudem in dieser Ideologie des gesellschaftlichen Fetischverhältnisses eine spezifische Dynamik des Unbewussten. Kritische Theorie verbindet die marxsche Ideologiekritik mit der psychoanalytischen Theorie Sigmund Freuds (1856–1939) und zeigt, inwiefern die

---

12 | K. Marx, Thesen über Feuerbach, MEW 3, S. 6

13 | Siehe dazu auch die Bände *Widerspiegelung*, *Reflexion* und *Unmittelbarkeit* in der *Bibliothek dialektischer Grundbegriffe*.

14 | Der kritische Ideologiebegriff ist vom alltagssprachlichen Wort, wonach ›Ideologie‹ gleich ›allgemeine Weltanschauung‹ meint, zu unterscheiden. Darüber hinaus muss ›falsches‹ Bewusstsein nicht heißen, dass die Vorstellungen und das angeeignete Faktenwissen im logischen Sinne unwahr oder unrichtig sind, sondern dass den Vorstellungen in der spezifischen Struktur des Bewusstseins die Funktion zukommt, die bestehende Lebenssituation aufrechtzuerhalten, und diesen Umstand zugleich zu verkennen.

Widersprüche durch das Subjekt hindurch verlaufen, inwiefern die Widersprüche schließlich das bürgerliche Individuum überhaupt konstituieren.

Kritische Theorie der Gesellschaft und Dialektik der Kultur

Es gehört zur bürgerlichen Ideologie, die menschliche Geschichte als Kulturgeschichte zu verdinglichen und die Menschheit einschließlich ihrer sozialen Konflikte wie Leistungen auf die Kultur oder auf kulturelle Eigenarten zu reduzieren. Doch die Kultur ist weder eine Invariante menschlicher Zivilisationsgeschichte noch geht der Begriff der Kultur in der abstrakten Vorstellung geistiger Werte, sittlicher Normen und Kunst auf. Im selben Maße wie Kultur die konkreten Errungenschaften des realen Humanismus bezeichnet, ist Kultur auch Resultat sublimierter Lust, notwendiger Triebverzicht. Die Freiheit der Kultur besteht nur im Widerspruch zur gesellschaftlichen Unfreiheit, die Kultur hervorbrachte. Für die kritische Theorie ist diese Dialektik der Kultur allerdings nicht in der kritischen Auseinandersetzung mit der Kultur allein zu lösen, sondern nur durch eine kritische Analyse der widersprüchlichen Struktur der Totalität des gesellschaftlichen Seins. »Zwischen dem Individuum und der Gesellschaft besteht [...] ein wesentlicher Unterschied. Dieselbe Welt, die für den Einzelnen etwas an sich Vorhandenes ist, das er aufnehmen muss und dem er Rechnung trägt, ist in der Gestalt, wie sie da ist und fortbesteht, ebenso sehr Produkt der allgemeinen gesellschaftlichen Praxis. Was wir in der Umgebung wahrnehmen, die Städte, Dörfer, Felder und Wälder tragen den Stempel der Bearbeitung an sich. Die Menschen sind nicht bloß in der Kleidung und im Auftreten, in ihrer Gestalt und Gefühlsweise ein Resultat der Geschichte, sondern auch die Art, wie sie sehen und hören, ist von dem gesellschaftlichen Lebensprozeß, wie er in den Jahrtausenden sich entwickelt hat, nicht abzulösen. Die Tatsachen, welche die Sinne uns zuführen, sind in doppelter Weise gesellschaftlich präformiert: durch den geschichtlichen Charakter des wahrgenommenen Gegenstands und den geschichtlichen Charakter des wahrnehmenden Organs.«[15] Davon ausgehend, begründete Horkheimer in seinem Aufsatz *Traditionelle und kritische Theorie* (1937) das Forschungsprogramm für das »Institut für Sozialforschung«, dessen Direktor er von 1931 bis 1958 war. »Die kritische Theorie erklärt: es muß nicht so sein, die Men-

15 | Vgl. M. Horkheimer, Traditionelle und kritische Theorie, in: Zeitschrift für Sozialforschung, 6 (1937), München 1980 (Reprint), S. 255

schen können das Sein ändern, die Umstände sind jetzt vorhanden.«[16] Angesichts der politischen Situation in den dreißiger Jahren versucht die kritische Theorie die Ursachen dafür herauszufinden, wieso die Menschen ihre Kräfte auf die konsequente Aufrechterhaltung der repressiven Ordnung konzentrierten, statt diese zu bekämpfen, obwohl die Möglichkeiten, eine bessere Gesellschaft einzurichten, vorhanden waren und die bestehenden Zustände objektiv ihren Interessen widersprachen.

Affirmativer Charakter der Kultur

Einerseits bezeichnet ›Kultur‹ »das jeweilige Ganze des gesellschaftlichen Lebens, sofern darin sowohl die Gebiete der ideellen Reproduktion (Kultur im engeren Sinne, als die ›geistige Welt‹) als auch der materiellen Reproduktion (der ›Zivilisation‹) eine historisch abhebbare und begreifbare Einheit bilden«. Andererseits bezeichnet ›Kultur‹ die im Zuge der fortgeschrittenen gesellschaftlichen Arbeitsteilung, der Trennung von Arbeit und Freizeit[17], also von Produktion und Reproduktion, herausgebildete Sphäre einer »affirmativen Kultur«, die »im Lauf ihrer eigenen Entwicklung dazu geführt hat, die geistig-seelische Welt als ein eigenständiges Wertreich von der Zivilisation abzulösen und über sie zu erhöhen. Ihr entscheidender Zug ist die Behauptung einer allgemein verpflichtenden, unbedingt zu bejahenden, ewig besseren, wertvolleren Welt, welche von der tatsächlichen Welt des alltäglichen Daseinskampfes wesentlich verschieden ist, die aber jedes Individuum ›von innen her‹, ohne jene Tatsächlichkeit zu verändern, für sich realisieren kann.«[18] Kultur meint auf der einen Seite »Gestaltung des realen Lebens«, wobei sie als vergeistigte ohnmächtig gegen die »blind sich bewegenden Verhältnisse« bleibt. Auf der anderen Seite manifestiert sich Kultur als »Anpassung«, also im Sinne der Psychoanalyse als »Bändigung der animalischen Menschen. [...] Der Doppelcharakter der Kultur, dessen Balance gleichsam nur augenblicksweise glückte, entspringt im unversöhnten gesellschaftlichen Antagonismus, den Kultur heilen möchte und als bloße Kultur nicht heilen kann« (GS 8/94f. u. 96).

Dieser Doppelcharakter der Kultur ist zudem in seiner histo-

---

16 | Ebd., S. 279 (Fußnote).

17 | Siehe zum Verhältnis von Arbeit und Freizeit V. Schürmann, Muße, in: Bibliothek dialektischer Grundbegriffe, Band 7, Bielefeld 2003

18 | H. Marcuse, Über den affirmativen Charakter der Kultur, in: Zeitschrift für Sozialforschung, 6 (1937), S. 59f., S. 60

rischen Dimension darzustellen: Kultur ist nicht nur die Verdinglichung regressiver Ideologie, sondern bringt zugleich die Mittel und Zwecke hervor, die bestehende Gesellschaftsordnung zu verändern. Dieser Doppelcharakter drückt sich schließlich im Begriff der Kultur selbst aus. »Man kann sogar so weit gehen zu mutmaßen, daß die bereits im Begriff der Kultur, der nicht viel älter ist als das Industriezeitalter, angelegte Einheit die geistige Substanz dessen, was als Kultur bezeichnet wird, bedrohen könnte. Die Kultur wird verfälscht, sobald man sie als Kultur etikettiert und als einen gesellschaftlichen Lebensbereich bestimmt, den herauszufordern und zu entlarven eher ihrem Wesen entspricht, als ihn zu verzieren. Die Fehlkonzeption der Kultur als Produktionsfeld für Konsumgüter gelangt niemals zu der Erkenntnis, daß alle Kultur immer schon eine Art Protest gegen die Integration der Totalität des menschlichen Lebens in den bis heute funktionierenden Produktionsmechanismus gewesen ist: gegen die Rationalisierung, Organisation und Vereinheitlichung des praktischen Lebens.«[19] Kulturkritik ist nur als Kritik der Gesellschaft denkbar, will sie nicht der Ideologie anheim fallen, der sie zugleich entspringt:[20] »Der Kampf gegen die Massenkultur besteht in der Aufdeckung des Zusammenhangs zwischen ihr und der schlechten Herrschaft.«[21]

Doppelcharakter der Kultur

»An der Einheit der Produktion soll der Freizeitler sich ausrichten« | Die kritische Theorie der Kulturindustrie verweigert den positiven Bezug auf Kultur als etwas Höheres, Wertvolleres. »Von Kultur zu reden war immer schon wider die Kultur.« (GS

Kultur als Ideologie

---

19 | M. Horkheimer, Deutschlands Erneuerung nach dem Krieg und die Funktion der Kultur, in: ders., Gesammelte Schriften, Bd. 12, hg. von G. Schmid Noerr, Frankfurt/Main 1985, S. 194; siehe auch Th. Metscher, Mimesis, in: Bibliothek dialektischer Grundbegriffe, Band 10

20 | Vgl. dazu insgesamt Adornos Aufsatz *Kulturkritik und Gesellschaft* (GS 10,1/11ff.): »Dem Kulturkritiker paßt die Kultur nicht, der einzig er das Unbehagen an ihr verdankt. [...] Der Kulturkritiker kann kaum die Unterstellung vermeiden, er hatte die Kultur, welche dieser abgeht. Seine Eitelkeit kommt der ihren zu Hilfe: noch in der anklagenden Gebärde hält er die Idee von Kultur isoliert, unbefragt, dogmatisch fest.«

21 | M. Horkheimer, Zum Problem der Bedürfnisse, in: ders., Gesammelte Schriften, Bd. 12, a.a.O. [Fn. 19], S. 254f. Adorno zitiert Horkheimer in: Aldous Huxley und die Utopie (GS 10,1/112f.).

3/152) Damit widersprechen Adorno und Horkheimer genau dem Kulturpessimismus, der ihnen häufig unterstellt wird, und distanzieren sich von jeder Form des Kulturkonservatismus. »Es geht nicht um die Kultur als Wert, wie es die Kritiker der Zivilisation, Huxley, Jaspers, Ortega y Gasset und andere, im Sinn haben, sondern die Aufklärung muss sich auf sich selbst besinnen, wenn die Menschen nicht vollends verraten werden sollen. [...] Unter den gegebenen Verhältnissen werden die Glücksgüter selbst zu Elementen des Unglücks. [...] Der Fortschritt schlägt in den Rückschritt um« (GS 3/15). Film und Radio sind die Gesellschaft; die Kulturindustrie, samt »Volkswagen und Sportpalast«, wird »zum ideologischen Vorhang, hinter dem sich das reale Unheil zusammenzieht« (GS 3/16). Hingegen bloß »von Kultur zu reden war immer schon wider die Kultur« (GS 1/152). Kulturkritik löst die Kultur als bereits verdinglicht aus dem gesellschaftlichen Ganzen heraus, reproduziert genau die Ideologie des »universellen Verblendungszusammenhangs«, die es zu zerschlagen gilt. Wenn es in der *Dialektik der Aufklärung* heißt, dass es »nicht um die Konservierung der Vergangenheit, sondern um die Einlösung der vergangenen Hoffnung« zu tun sei (GS 3/15), dann ist damit das kritische Interesse an der Kulturindustrie luzide beschrieben: »Wir kritisieren die Massenkultur nicht deshalb, weil sie den Menschen zu viel gibt oder ihr Leben zu sicher macht [...], sondern weil sie dazu hilft, daß die Menschen zu wenig und zu Schlechtes bekommen, daß ganze Schichten drinnen und draußen in furchtbarem Elend leben, daß die Menschen sich mit dem Unrecht abfinden, kurz, weil sie die Welt in einem Zustand festhält, bei dem man einerseits gigantische Katastrophen, andererseits die Verschwörung abgefeimter Eliten zu einem höllischen Friedenszustand zu gewärtigen hat.«[22] In ähnlicher Weise hat Löwenthal das Interesse der kritischen Theorie an der Massenkultur benannt, nämlich herauszufinden, »wie die objektiven Elemente eines gesellschaftlichen Ganzen in den Massenmedien produziert und reproduziert werden. Das schließt ein, daß auf den ›Geschmack der Massen‹ als grundlegende Kategorie verzichtet wird. Statt dessen müßte aller Nachdruck darauf liegen, herauszubekommen, wie den Verbrauchern ein bestimmter Geschmack beigebracht wird, der selbst nur das Ergebnis der technischen, politischen und wirtschaftlichen Bedingungen und

22 | Ebd., S. 255

Interessen ist, die von den Beherrschern der Produktionsmittel vertreten werden. Was bedeuten Vorlieben oder Abneigungen gesellschaftlich wirklich?«[23] Geschmack begründet nicht mehr das Urteilsvermögen, in ästhetischer Distanz zur Gesellschaft und sich selbst kritisch gegenüber zu treten; Vorlieben binden nunmehr den Konsumenten distanzlos an die Gesellschaft und werden zum ideologischen Filter seines aus bloßen Meinungen zusammengesetzten Bewusstseins über die Welt und sich. ›Geschmack‹ wird zur Ideologie der Unmittelbarkeit.

Doppelcharakter der Ideologie

In dieser Weise bezeichnet der Doppelcharakter der Kultur also auch den Doppelcharakter der Ideologie, zu der die Kultur in der fortgeschrittenen Gesellschaft gerinnt: Ideologie ist das notwendig ›falsche‹ Bewusstsein, dass die Bedingungen des Seins ›richtig‹ seien, ebenso wie Ideologie das ›richtige‹ Bewusstsein von den ›falschen‹ Zuständen ist: Die kapitalistische Welt erscheint als die beste aller möglichen – zugleich erscheint aber die bestehende Welt gar nicht als kapitalistisch, wird der Kapitalismus gar nicht als solcher in seiner Struktur (oder als Struktur) begriffen. Genau dieses Verhältnis des gesellschaftlichen Bewusstseins zum gesellschaftlichen Sein manifestiert sich in der Kulturindustrie im selben Maße, wie es durch die Kulturindustrie reproduziert wird. Gesellschaftlisches Sein und Bewusstsein, die aufgrund ihrer Entzweiung in der modernen Gesellschaft nur vermittelt zu fassen sind, fallen nunmehr unterschiedslos zusammen. Ideologie in diesem Sinne heißt also, dass einerseits die Kulturindustrie suggeriert, durch ihr Warenangebot sei unmittelbar zu erfahren, was der Sinn des Lebens ist und was die Welt im Innersten zusammenhält, und dass sich andererseits die Kulturindustrie in der ideologischen Verdichtung der kapitalistischen Welt manifestiert, durch die von eben dieser Tatsache der kapitalistischen Warenproduktion abstrahiert wird.

Problem der Unmittelbarkeit

Solche Ideologie der Unmittelbarkeit kann selber nicht unmittelbar analysiert werden.[24] Der Doppelcharakter der Kulturindustrie ist ihr Selbstwiderspruch. Die Kulturindustrie trägt den Widerspruch der kapitalistischen Warenproduktion in der dialek-

23 | L. Löwenthal, Standortbestimmung der Massenkultur, in: ders., Schriften, Bd. 1, hg. von H. Dubiel, Frankfurt/Main 1990, S. 24

24 | Zur Dialektik der Unmittelbarkeit siehe A. Arndt, Unmittelbarkeit, in: Bibliothek dialektischer Grundbegriffe, Band 14, Bielefeld 2004

tisch reinen Form des Widerspruchs in sich. Die Kulturindustrie ist unmittelbar, weil sie mit sich selbst vermittelt ist. Die Ideologie der Unmittelbarkeit kann nur vermittelt, kraft des kritischen Eingriffs in die dialektische Struktur der Verhältnisse, analysiert werden. Diese Verhältnisse sind selbst allerdings schon durch eine fetischistische Strukturlogik gekennzeichnet: Der Kapitalismus als ungeheure Warenproduktion setzt sich in seiner unheimlichen Verwertungslogik abstrakt, gewissermaßen hinter den Rücken der Menschen durch; das Kapital – die fortschreitende Selbstverwertung des Werts – wird zum »automatischen Subjekt« (Marx). Aber wie kann eine kritische Theorie dann überhaupt angesichts dessen ›Kultur‹ darstellen und begreifen? Walter Benjamin (1892–1940) hat in einem schönen Bild vom »Ausdruckszusammenhang« gesprochen: »Nicht die wirtschaftliche Entstehung der Kultur, sondern der Ausdruck der Wirtschaft in ihrer Kultur ist darzustellen.«[25] Und an anderer Stelle erläutert Benjamin: »Die ökonomischen Bedingungen, unter denen eine Gesellschaft existiert, kommen im Überbau zum Ausdruck; genau wie beim Schläfer ein übervoller Magen im Trauminhalt, obwohl er ihn kausal ›bedingen‹ mag, nicht seine Abspiegelung, sondern seinen Ausdruck findet. Das Kollektiv drückt zunächst seine Lebensbedingungen aus. Sie finden im Traum ihren Ausdruck und im Erwachen ihre Deutung.«[26] Die in ihren ökonomischen Verhältnissen ideologisch verstellte Gesellschaft aus dem unruhigen, aber doch andauernden Schlaf zu reißen, kann als originäre Aufgabe der kritischen Theorie verstanden werden. Benjamin nennt die »Dialektik im Stillstand« deshalb »die Quintessenz der Methode«.[27] Und in dieser Weise muss auch der Titel *Dialektik der Aufklärung* doppelt verstanden werden: Nämlich einmal meint Dialektik hier die reale Widerspruchsbewegung, den Geschichtsprozess des Umschlagens von Aufklärung in Mythologie und umgekehrt; zum anderen ist mit Dialektik aber auch die kritische Methode bezeichnet, nach der diese Widerspruchsbewegung in ihrem Ausdruckszusammenhang zu explizieren ist.

Die materialistische Theorie der Dialektik der Gesellschaft

---

25 | W. Benjamin, Das Passagen-Werk, in: ders., Gesammelte Schriften, Bd. V,1, hg. von H. Schweppenhäuser u. R. Tiedemann, Frankfurt/Main 1991, S. 573f.

26 | Ebd., S. 495f.

27 | Ebd., Gesammelte Schriften, Bd. V,2, S. 1035, und Bd. V,1, S. 55

Ungleichzeitigkeit im Basis-Überbau-Verhältnis

geht davon aus, dass die kulturellen Zustände »weder aus sich selbst zu begreifen sind noch aus der so genannten allgemeinen Entwicklung des menschlichen Geistes, sondern vielmehr in den materiellen Lebensverhältnissen wurzeln«, die als »bürgerliche Gesellschaft« beschrieben werden können.[28] Die »Anatomie der bürgerlichen Gesellschaft« sei aber, so Marx weiter, in der politischen Ökonomie zu suchen, in der gesellschaftlichen Produktion des Lebens, der ökonomischen Basis. Dem stellt Marx einen Überbau gegenüber, worunter er »ideologische Formen« wie Recht, Politik, Religion, Kunst und Philosophie fasst.[29] Auch stellt Marx bereits für die kapitalistischen Produktionsverhältnisse des 19. Jahrhunderts fest, dass es zu einer Ungleichzeitigkeit in der Entwicklung von ökonomischer Basis und dem Überbau kommen kann, sich also im Verhältnis zur Entwicklung der Ökonomie der Überbau schneller oder langsamer umwälzen kann. Dass der Überbau weiter entwickelt sein kann als die ökonomische Basis, hat etwa der marxistische Kunsttheoretiker Max Raphael (1889–1952) am Beispiel der Gotik gezeigt: Gegenüber den eher rückständigen Produktionsbedingungen erschienen die gewaltige, wuchernde Kathedralenarchitektur als übermächtiger Fortschritt des Überbaus. Benjamin hat anders herum für das 19. und frühe 20. Jahrhundert eine langsamere Umwälzung des Überbaus im Verhältnis zur Entwicklung des Industriekapitalismus anhand von Provisorien der modernen Massenkultur nachgezeichnet: Das Daumenkino ebenso wie das Panorama nehmen den Film technisch vorweg, der Surrealismus nimmt den Film ästhetisch vorweg.[30] Ernst Bloch (1885–1977), der im Übrigen

28 | K. Marx, Zur Kritik der Politischen Ökonomie, a.a.O. [Fn. 2], S. 8f.

29 | Vgl. ebd., S. 9. Gerade im Zuge poststrukturalistischer und postmoderner Gesellschaftsauffassungen ist das Basis-Überbau-Schema wiederholt als deterministisch, dogmatisch und statisch abgelehnt worden. Dem entgegen hat Terry Eagleton in *Ideologie. Eine Einführung* die »Doktrin von Basis und Überbau« kritisch verteidigt (Stuttgart, Weimar 1993, S. 98): »Sie will in keiner Weise nahelegen, daß Gefängnisse und parlamentarische Demokratien, Klassenzimmer und sexuelle Phantasien weniger wirklich sind als Stahlhütten oder das Pfund Sterling. Kirchen und Kinos sind genauso materiell wie Bergwerke, sie können jedoch nie die ultimativen Katalysatoren revolutionärer gesellschaftlicher Veränderung sein, lautet die These.«

30 | Vgl. W. Benjamin, Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, in: Gesammelte Schriften, a.a.O. [Fn. 25], Bd. I,2, S. 459f.

diesen ursprünglich von Nieztsche verwendeten Begriff der Ungleichzeitigkeit ins Spiel brachte[31], konstatierte darüber hinaus noch Ungleichzeitigkeiten des Klassen- und Massenbewusstseins, also Ungleichzeitigkeiten der Ideologie, der regressiven Reste und reaktionären Wunschinhalte, die sich in den neuen Formen der Gesellschaft und ihrer Kultur verkleiden können: Gerade die populäre Massenkultur begründet ihre Modernität in den Motiven aufgewärmter Mythen. Ähnlich wie Bloch hat Siegfried Kracauer (1889–1966) solche Ungleichzeitigkeit im Zusammenhang mit der in den zwanziger und dreißiger Jahren des letzten Jahrhunderts entstandenen Angestelltenkultur beobachtet, insbesondere in der Funktion des Kinos: »Die Filme sind der Spiegel der bestehenden Gesellschaft. Sie werden aus den Mitteln von Konzernen bestritten, die zur Erzielung von Gewinnen den Geschmack des Publikums um jeden Preis treffen müssen«, schreibt Kracauer 1927.[32] Und weiter: »Die blödsinnigen und irrealen Filmphantasien sind die Tagträume der Gesellschaft, in denen ihre eigentliche Realität zum Vorschein kommt, ihre sonst unterdrückten Wünsche sich gestalten. [...] Der Inbegriff der Filmmotive ist zugleich die Summe der gesellschaftlichen Ideologien [...].«[33] Zur maßgeblichen Funktion dieser Ideologien wird es, dass die Gleichzeitigkeit gesellschaftlicher Widersprüche verschleiert wird, dass die Widersprüche selbst in die Bereiche des Privaten und des individuellen Schicksals verschoben und festgestellt werden. Die Ungleichzeitigkeit wird damit zur ideologischen Strategie, die Geschichte durch die Mode zu ersetzen und die Kultur als zeitlose Gegenwart zu inszenieren. In dem Maße, in dem ohnehin die kulturelle Produktion nach dem Muster kapitalistischer Produktionsverhältnisse organisiert wird, verschmelzen ökonomische Basis und Überbau ineinander, werden zur ubiquitären Kultursphäre, obzwar ihre Unterscheidung ideo-

---

u. 460f. Benjamin verweist hier positiv auf Charlie Chaplin und Mickey Mouse.

31 | Vgl. E. Bloch, Erbschaft dieser Zeit, Frankfurt/Main 1985, vor allem: Zweiter Teil, Ungleichzeitigkeit und Berauschung, S. 45ff., insbesondere S. 111ff.

32 | S. Kracauer, Film und Gesellschaft [Die kleinen Ladenmädchen gehen ins Kino], in: ders., Werke, hg. v. I. Mülder-Bach, Frankfurt/Main 2004, Bd. 6,1, S. 308

33 | Ebd., S. 309 und 311

logisch aufrechterhalten wird, etwa in der Trennung von Arbeit und Freizeit, von Werktag und Feierabend.[34]

Avantgarde und Kitsch

Schließlich treten die kulturellen Felder auseinander, macht sich innerhalb der Kultur eine ungleichzeitige Gleichzeitigkeit von Fortschritt und Regression bemerkbar, die der trotzkistische Kunsttheoretiker Clement Greenberg (1909–1995) 1939 bündig als »Avantgarde und Kitsch« bezeichnete: »Ein und dieselbe Zivilisation bringt zur selben Zeit zwei so unterschiedliche Dinge hervor wie ein Gedicht von T.S. Eliot und einen Tin-Pan-Alley-Schlager oder ein Gemälde von Braque und ein Titelbild der ›Saturday Evening Post‹. Alle vier zählen zum Bereich der Kultur, sie scheinen Bestandteile derselben Kultur und Erzeugnisse derselben Gesellschaft zu sein. Hierin scheinen sich ihre Gemeinsamkeiten jedoch bereits zu erschöpfen.«[35] Weiter heißt es: »Gleichzeitig mit dem Auftreten der Avantgarde entstand im industrialisierten Westen ein zweites neuartiges Kulturphänomen – jene Sache, der die Deutschen den wunderbaren Namen ›Kitsch‹ gegeben haben: populäre, kommerzielle Kunst und Literatur mit ihren Vierfarbdrucken, Zeitschriftentitelbildern, Illustrationen, Werbeanzeigen, Groschenromanen, Comics, Schlagermusik, Stepptanz, Hollywood-Filmen, etc. etc. und so weiter. [...] Kitsch ist mechanisch und funktioniert nach festen Formeln. Kitsch ist Erfahrung aus zweiter Hand, vorgetäuschte Empfindung. Kitsch ändert sich mit dem aktuellen Stil, doch er bleibt immer derselbe. Kitsch ist der Inbegriff alles Unechten im Leben unserer Zeit. Kitsch gibt vor, von seinen Käufern nichts zu verlangen au-

34 | Vgl. bündig H. Marcuse, Theorie und Praxis, in: ders., Zeit-Messungen, Frankfurt/Main 1975, S. 26: »Der Spätkapitalismus hat die Beziehung zwischen Basis und Überbau verändert, allerdings nicht in Richtung auf ein ›Ende der Ideologie‹, sondern, im Gegenteil, im Hinblick auf eine Institutionalisierung, ›Verkörperung‹ der Ideologie im alltäglichen Verhalten, im Funktionieren der Gesellschaft und der Individuen. Das überwältigende Warentum, die gesteuerte Produktivität der Arbeit und die gesteuerte Bedürfnisbefriedigung mobilisieren nicht nur das Bewusstsein, sondern auch die Triebstruktur für die Reproduktion des Bestehenden innerhalb und außerhalb der Arbeitswelt. Die repressive Vergesellschaftung des Bewußtseins und der Triebstruktur ist heute ein Teil des *materiellen Reproduktionsprozesses*.«

35 | C. Greenberg, Avantgarde und Kitsch, in: ders., Die Essenz der Moderne, hg. v. K. Lüdeking, Dresden 1997, S. 29

ßer ihrem Geld – nicht einmal ihre Zeit.«[36] Die ökonomischen Bedingungen und Produktionsverhältnisse sind aus der ›Kultur‹, dem Überbau nicht mehr wegzudenken; die endgültige Durchsetzung der kapitalistischen Ökonomie, nämlich die Warenproduktion, bestimmt auch die kulturelle Produktion, eben die Kulturwaren. Damit ist zugleich markiert, dass Basis und Überbau verschmelzen, die Verhältnisse der gesellschaftlichen Produktion nicht mehr von denen der Reproduktion getrennt werden können. Genau das bezeichnet der Begriff der Kulturindustrie.

Freizeit und die Ästhetisierung des Alltagslebens

Der Widerspruch zwischen Kitsch und Avantgarde findet in der fortgeschrittenen bürgerlichen Gesellschaft seinen Ausdruck, die ihre ökonomischen Widersprüche, ihre prinzipielle Krisendynamik strukturell verschleiert. Ideologisch wird der Gegensatz von Avantgarde und Kitsch in der Massenkultur aufrecht erhalten, um ihn schließlich in der Kulturindustrie nicht minder ideologisch zu annullieren. Man kann sagen: Die der gesellschaftlichen Struktur nach unlösbaren Widersprüche werden von solchen Widersprüchen verdeckt, die mittelfristig als lösbar erscheinen – die Inszenierung kultureller Widersprüche überlagert die ökonomischen Antagonismen. Das gesellschaftliche Leben der Individuen wird als Alltag gestaltet, ausgerichtet an der nivellierten Angestelltenkultur, die zumindest in der Organisation der Freizeitveranstaltungen keinen Klassenwiderspruch, auch kein Klasseninteresse mehr kennt. Die Strategie dieser Formierung der Massenkultur unter den spezifischen Bedingungen der Warenproduktion hat Benjamin als »Ästhetisierung der Politik« beschrieben. Aus den ökonomischen Klassen wird endgültig die kulturelle Masse, das Publikum, die Konsumenten. Für die Massenkultur im Nationalsozialismus formuliert Benjamin: »Die Massen haben ein Recht auf Veränderung der Eigentumsverhältnisse; der Faschismus sucht ihnen einen Ausdruck in deren Konservierung zu geben. Er läuft folgerecht auf eine Ästhetisierung des politischen Lebens hinaus.«[37] Marcuse kommt in seinen Untersuchungen über die nazideutsche Gesellschaftsordnung hinsichtlich der generellen Umformung der Kunst und Kultur zu einem ähnlichen Ergebnis: »Die schönen Fabriken machen die Arbeiter

---

36 | Ebd., S. 38f.

37 | W. Benjamin, Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, a.a.O. [Fn. 30], S. 467

gefügiger, geduldiger, beharrlicher. Diese Politik hat aber eine tiefere Bedeutung. Der Mensch betrachtet die Kunst als einen homogenen Teil seiner Umwelt. Er verliert das Gefühl der Entfremdung und wird mit der Kunst vertraut. Aber eine Kunst, die an eine Welt angepaßt wurde, die ihren Versprechen feindlich gegenüber steht, ändert ihren Inhalt und ihre Funktion: sie wird selbst zum Repressionsmittel, das den Menschen den Mächten anpaßt, die das gesellschaftliche und politische Leben beherrschen. [...] Schließlich bringen sie [die Künste] die Individuen dazu, eine Welt zu lieben und aufrechtzuerhalten, die sie nur als Mittel der Unterdrückung braucht.«[38]

Arbeit und Freizeit

Kultur und Kunst hat nunmehr ausschließlich die Funktion, die bestehende Gesellschaft zu affirmieren; dies geht einher mit einer Neuordnung des Alltagslebens, nach der Arbeit und Freizeit nicht mehr als getrennte Sphären erscheinen. »Die technologische Angleichung der Individuen bei der Arbeit findet ihre Entsprechung in der Gleichschaltung der Individuen in der Freizeit. Für diese Gleichschaltung sind zwei Faktoren hauptverantwortlich: (1) »Die Mittel, die dem Vergnügen dienen, wurden mehr und mehr zu standardisierten Gebrauchsgegenständen, die von den Monopolen der Vergnügungsindustrie hergestellt und verteilt wurden. Restaurantketten, Filme, Konzerne, Radiosender, Zeitungs- und Mediensyndikate beliefern die Öffentlichkeit mit vereinheitlichter Unterhaltung, die diese Öffentlichkeit zu vereinheitlichten Reaktionen erzieht. (2) Die monotonen Abläufe während der Arbeitszeit führten zu einer ähnlich monotonen Erholung nach der Arbeit.«[39] Diese Diagnose eines fundamentalen Strukturwandels der kapitalistischen Gesellschaft und ihrer Kultur, die sich in den zwanziger bis vierziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts in den Massendemokratien und im Faschismus gleichermaßen als Modernisierungsprozess vollzogen hat, steht noch immer im Zentrum einer kritischen Theorie der Kulturindustrie.

»Kultur heute schlägt alles mit Ähnlichkeit« | Inwiefern die kritische Theorie der Kulturindustrie vor dem Hintergrund der Veränderungen des Alltagslebens verstanden werden muss, kann

38 | H. Marcuse, Feindanalysen. Über die Deutschen, hg. v. P.E. Jansen, Lüneburg 1998, S. 111

39 | Ebd., S. 107

Die *Zeitschrift für Sozialforschung* und die kritische Theorie der Kulturindustrie

an den vielfältigen Untersuchungen zur Veränderung des Freizeitverhaltens in der *Zeitschrift für Sozialforschung*, von 1932 bis 1941 das theoretische Organ des »Instituts für Sozialforschung«, nachvollzogen werden. Im ersten Heft veröffentlicht Adorno seinen Beitrag *Zur gesellschaftlichen Lage der Musik*, in dem sich bereits die Kernthese des Kulturindustriekonzepts findet, der Zusammenhang zwischen Kultur und Ware, ausgehend von der marxschen Theorie des Fetischcharakters der Ware. Ähnlich untersucht Löwenthal im selben Jahrgang die *Gesellschaftliche Lage der Literatur* hinsichtlich der Erfolge populärer Werke auf einem literarischen Markt. Und Andries Sternheim (1890–1944) schreibt *Zum Problem der Freizeitgestaltung* und steckt mit diesem Text schon den übergreifenden Bereich des noch ausstehenden Kulturindustriebegriffs ab: In seinem Beitrag geht es um »diejenigen Arten der Freizeitverwendung, die Massencharakter tragen und in ständiger Verbreitung begriffen sind. Als solche nennen wir zunächst Sport, Kino, Rundfunk und Kleingärtnerei.«[40] Zur Freizeit gehört auch die Bildungstätigkeit, wozu Zeitung- und Buchlesen, Arbeiterbildung und Theaterbesuch zählen. Schließlich wird als Tätigkeiten der Zerstreuung angeführt: »Rudersport, Schwimmen, Fußball, Kanu und Kanubau, Basteleien, Errichtung von Taubenschlägen, Karten- und Schachspiel, Fotografieren, Baukurse für Anfertigung von Radioapparaten, Vereinswesen, Briefmarkensammeln usw. Wandern, Besuch von Museen, Ausstellungen und schließlich – ein Problemkreis für sich – die Beschäftigung innerhalb der Familie.«[41] Den Problemkreis ›Familie und Alltagsleben‹ thematisiert Sternheim im nächsten Jahrgang im Rahmen einer Sammelbesprechung. Überhaupt ist der zweite Jahrgang dem Thema ›Familie‹ stärker gewidmet. Mitte der dreißiger Jahre veröffentlicht das Institut zudem die *Studien über Autorität und Familie*. Zentral für die Diskussion der Kulturindustrie wird dann der fünfte Jahrgang, 1936, in dem Benjamins berühmter Essay *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit* und Adornos berüchtigter Beitrag *Über Jazz* (unter dem Pseudonym Hektor Rottweiler) erscheinen. Im sechsten Jahrgang, 1937, findet sich neben Horkheimers und Marcuses grundlegenden Beiträgen zur kritischen

40 | A. Sternheim, Zum Problem der Freizeitgestaltung, in: Zeitschrift für Sozialforschung, 1 (1932), S. 340

41 | Ebd., S. 352f.

Theorie auch Marcuses Aufsatz *Über den affirmativen Charakter der Kultur*. Über das veränderte Rezeptionsverhalten eines Massenpublikums schreibt Adorno im siebten Jahrgang unter dem Titel *Über den Fetischcharakter in der Musik und die Regression des Hörens*. Hier führt Adorno auch den Zusammenhang von Identifikation, Reklame und musikalischer Rezeption aus, dessen Ursache er – wie später für die Kulturindustrie insgesamt – in der Warenförmigkeit der Kultur sieht. »Der Fetischcharakter der Musik produziert durch Identifikation der Hörer mit den Fetischen seine eigene Verdeckung« (GS 14/36). Ähnlich argumentiert Ernst Křenek (1900–1991) im selben Jahrgang in seinen *Bemerkungen zur Rundfunkmusik*: »Das Radio beschleunigt die Banalisierung und damit die Unbrauchbarmachung der tonalen Tonsprache für die Zwecke der Musik und verrichtet dadurch gewiss ein fortschrittliches Werk. Insofern kann es heute und hier ironisch bejaht werden, dass das Radio die neue Musik nicht in gleicher Weise verbreitet. Heute erfolgt eine planlose Inflation, eine unabsehbare Untermusiksetzung der ganzen Menschheit. Die so verbreitete Musik wird von den Hörern unmittelbar als das apperzipiert, als was man sie ihnen zugedacht hatte: als akustisches Kunstgewerbe zur Verzierung des Alltags.«[42] Über die Konsequenzen des Fetischcharakters der Kulturwaren schreibt Adorno in seinen *Fragmenten über Wagner* im achten Jahrgang; dort ist auch Benjamins Essay *Über einige Motive bei Baudelaire* publiziert, in dem es ebenfalls um spezifische Aspekte des kulturellen Ausdruckszusammenhangs im Kapitalismus geht, die Benjamin und Adorno nach dem marxschen Wort als »Phantasmagorien« fassen. Im letzten, neunten Jahrgang erscheint schließlich Adornos Aufsatz *On Popular Music*, in dem Adorno von der *communication industry* spricht und das Hauptmerkmal der Kulturindustrie benennt: Die »fundamental characteristic« der populären Musik ist: »Standardization. The whole structure of popular music is standardized, even where the attempt is made to circumvent standardization. [...] Best known is the rule that the chorus consists of thirty-two bars and that the range is limited to one octave and one note.«[43] Im letzten Jahrgang erscheint auch

42 | E. Křenek, Bemerkungen zur Rundfunkmusik, in: Zeitschrift für Sozialforschung, 7 (1938), S. 152

43 | Th. W. Adorno, On Popular Music, in: Zeitschrift für Sozialforschung 9 (1941), S. 17f. In *Dialektik der Aufklärung* heißt es ähnlich: »Einem

Horkheimers Aufsatz über *Art and Mass Culture* sowie verschiedene Beiträge zur amerikanische Massenkultur, insbesondere zur Kinoproduktion Hollywoods: William Dieterle (1893–1972) analysiert *Hollywood and the European Crisis*; Herta Herzog (1910–1999) schreibt *On Borrowed Experience. An Analysis of Listening to Daytime Sketches*; Harold D. Laswell (1902–1978) analysiert *Radio as an Instrument of Reducing Personal Insecurity*; Paul F. Lazarsfeld (1901–1976) veröffentlicht *Remarks on Administrative* and Critical Communication Research; Charles A. Siepmann (1900–1944) untersucht das Verhältnis von *Radio and Education*.[44]

Mit dem imperialistischen und fordistischen Zeitalter ist die bürgerliche Gesellschaft vollends vom ökonomischen Gesetz

---

Schlager wird heute eher nachgesehen, wenn er sich nicht an die 32 Takte oder den Umfang der None hält, als wenn er das geheimste melodische und harmonische Detail bringt, das aus dem Idiom herausfällt« (GS 3/150). Auch ist in *On Popular Music* von »pseudo-individualization« (ebd., S. 24ff.) die Rede, ebenso wie in *Dialektik der Aufklärung* von »Pseudoindividualität« (GS 3/177).

44 | Dieterle war Regisseur (z.B. *Die Heilige und ihr Narr*, 1928); er geht 1930 in die USA, ist 1939 Mitbegründer der antifaschistischen Kulturzeitschrift *The Hollywood Tribune*; 1958 kehrt Dieterle nach Deutschland zurück. Er arbeitet zunehmend auch für das Fernsehen. 1964 entsteht sein letzter Kinofilm *The Confession*. – Herzog wurde durch ihre Mitarbeit an der Studie *The Invasion From Mars* (mit Hadley Cantril und Hazel Gaudet; Princeton 1940) bekannt, in der die Massenhysterie untersucht wird, die Orson Welles Radiohörspiel *Krieg der Welten* (nach H.G. Wells) in den USA auslöste. – Laswell untersuchte als Politologe die massenkulturellen Propagandatechniken; zu seinen wegweisenden Publikationen gehören: *Propaganda Technique in the World War*, New York 1938, *National Security and Individual Freedom*, New York 1950, und *The World Revolution of Our Time. A Framework for Basic Policy Research*, Stanford 1951. – Lazarsfeld gehört nachgerade zu den Klassikern der Soziologie und besonders zu den Begründern der empirischen Sozialforschung; vgl. *Soziologie*, Frankfurt/Main 1973, und vor allem die Studie *Die Arbeitslosen von Marienthal. Ein soziographischer Versuch über die Wirkungen langandauernder Arbeitslosigkeit* (zusammen mit Marie Jahoda und Hans Zeisel, Frankfurt/Main 1975. – Siepmann gehört zu den Wegbereitern der Rundfunktheorie; zu seinen Publikationen gehören *Radio in Wartime*, London 1942, *Radio, Television and Society*, Oxford 1950. Bemerkenswerterweise hatten diesen Ansätze allerdings kaum Auswirkungen auf die weitere Entwicklung der kritischen Theorie der Kulturindustrie.

durchdrungen. Mit Blick auf die Organisation des Alltagslebens und der Freizeit geht die kritische Theorie davon aus, dass sich die kapitalistische Verwertungslogik in die Kultur hinein verlängert hat und sich die Produktion des gesellschaftlichen Lebens mit der Reproduktion ineinander verschränkt hat. In diesem Sinne diagnostiziert die kritische Theorie eine »total verwaltete Welt«, einen »universellen Verblendungszusammenhang«. Die ideologischen Mechanismen der fortgeschrittenen Gesellschaft kulminieren in der Kulturindustrie; in ihr manifestiert sich die Dialektik der Aufklärung. »Der Abschnitt ›Kulturindustrie‹ zeigt die Regression der Aufklärung an der Ideologie, die in Film und Radio ihren maßgebenden Ausdruck findet« (GS 3/16). Die Kulturindustrie markiert die Dialektik der Kultur, ihre Entfaltung unter kapitalistischen Bedingungen und gleichzeitig das Ende der bürgerlichen Ideen, die mit dem Namen der Kultur bezeichnet sind, indem Ideologie gewissermaßen zum materiellen Verhältnis verdinglicht. Der kritischen Theorie geht es indes nicht um die Rekonstruktion einer Kulturgeschichte, sondern darum, wie sich überhaupt im kapitalistischen Modernisierungsprozess ›Kultur‹ als Ideologie und materielles Kraftfeld herausbildet, und zwar in der Weise dialektisch mit den sozial-ökonomischen Verhältnissen verzahnt, wie es dann später in der (oder als) *Dialektik der Aufklärung* eben mit dem Konzept der Kulturindustrie dargestellt wird.

Grundlagen der kritischen Theorie der Kulturindustrie

»Die Maschine rotiert auf der gleichen Stelle« | Seit Beginn der vierziger Jahre arbeiten Adorno und Horkheimer an den *Philosophischen Fragmenten*, die 1944 als hektografierte Sonderausgabe der *Zeitschrift für Sozialforschung* für den institutsinternen Gebrauch und 1947 beim Querido-Verlag in Amsterdam als *Dialektik der Aufklärung* veröffentlicht werden. In den Kontext dieses – wie der Arbeitstitel lautete – »Dialektikprojektes« gehört ein 1942 zum Tode Benjamins publizierter Gedenkband[45], in den

Kulturindustrie und die *Dialektik der Aufklärung*

45 | Benjamin nahm sich 1940 auf der Flucht vor den Nazis in der spanischen Grenzstadt Port Bou das Leben. Der Gedenkband, der als Fortsetzung der *Zeitschrift für Sozialforschung* geplant war, wie übrigens auch die *Dialektik der Aufklärung*, erschien unter dem Titel *Walter Benjamin zum Gedächtnis* und enthielt neben den Thesen *Über den Begriff der Geschichte* zwei Aufsätze von Horkheimer, nämlich *Vernunft und Selbsterhaltung* sowie *Autoritärer Staat*, und Adornos Text über *George und Hofmannsthal*.

Benjamins Thesen *Über den Begriff der Geschichte* aufgenommen wurden. Mit diesen Thesen formuliert Benjamin eine Kritik der Fortschrittsideologie, die auch das Fundament der negativen Geschichtsphilosophie in der *Dialektik der Aufklärung* darstellt. Benjamins Version einer Dialektik der Aufklärung lautet, durchaus schon in Bezug auf die Kritik Kulturindustrie zu lesen: »Es ist niemals ein Dokument der Kultur, ohne zugleich ein solches der Barbarei zu sein.«[46] Für das Projekt der *Dialektik der Aufklärung* formulieren Adorno und Horkheimer: »Was wir uns vorgesetzt hatten, war tatsächlich nicht weniger als die Erkenntnis, warum die Menschheit, anstatt in einen wahrhaft menschlichen Zustand einzutreten, in eine neue Art von Barbarei versinkt« (GS 3/11). Die kritische Theorie der Kulturindustrie ist derart im Zusammenhang einer umfassenden Theorie der Zivilisationslogik zu verstehen. Mit dem Begriff der Kulturindustrie werden nicht spezifische ›kulturelle‹ Phänomene der gegenwärtigen Gesellschaft untersucht, sondern es wird die Struktur dieser Gesellschaft selbst expliziert. Der einzige weitere Abschnitt, in dem Adorno und Horkheimer sozusagen die These einer Dialektik der Aufklärung konkretisieren, ist der dem Kulturindustrieabschnitt folgende Abschnitt *Elemente des Antisemitismus*. Insofern gibt es keinen Abschnitt, der sich umfassend mit den gegenwärtigen gesellschaftlichen Verhältnissen einer Dialektik der Aufklärung befasst, außer eben der über Kulturindustrie. Oder so herum: Die Zerfallslogik des bürgerlichen Zeitalters und ihre geschichtsphilosophischen Bedingungen, die Adorno und Horkheimer bis in die frühesten Tage menschlicher Gesellschaft zurückverfolgen und eben als Dialektik der Aufklärung entwerfen, werden als Umschlagen von Aufklärung und Mythologie, von Mythos in Aufklärung interpretiert; und in der Gegenwart gerinnt diese Dialektik der Aufklärung als Kulturindustrie. Insofern ist festzuhalten: Der Begriff der Kulturindustrie, der in der *Dialektik der Aufklärung* von Adorno und Horkheimer erstmals grundlegend eingeführt wird, stellt keine kulturtheoretische oder kulturkritische Fallstudie dar, sondern begreift und bezeichnet den Gesamtzusammenhang moderner Gesellschaften.

Die ökonomischen Verhältnisse in den Gesellschaften zur Zeit des Zweiten Weltkriegs interpretieren Adorno und Horkheimer

---

46 | W. Benjamin, Über den Begriff der Geschichte, Gesammelte Schriften, a.a.O. [Fn. 25], Bd. 1,2, S. 696

als zunehmende Konzentration von Monopolen, die zugleich – in einer postliberalen Phase – mit einer totalen wie totalitären Politik verschränkt sind, wonach Gesellschaft insgesamt, und zwar die Massendemokratie ebenso wie der Faschismus, als Block erscheinen, in dem jede menschliche Aktivität ausnahmslos vom Profitgesetzt bestimmt ist. Auch wenn diese ökonomische Prämisse der Kulturindustrie-Analyse zugrunde liegt, bleibt die Ökonomie selbst insgesamt in der *Dialektik der Aufklärung* weitgehend ausgespart. Der Befund eines umfassenden Monopolkapitalismus stellt vielmehr eine Arbeitshypothese dar, die Adorno und Horkheimer von Friedrich Pollock (1894–1970) übernehmen. Pollock hatte in seinen ökonomiekritischen Studien die These vom totalitären Staatskapitalismus aufgestellt, wonach die liberale ökonomische Sphäre tendenziell durch die Politik ersetzt sei: Die Monopole seien durch eine Gleichschaltung von Produktion und Distribution durch den Staat gekennzeichnet, die Individuen seien der gesellschaftlichen Totalität vollständig untergeordnet, werden zum bloßen Mittel der Produktion. Kennzeichen dieser monopolkapitalistischen Formation sei, dass die Arbeiterklasse über keinerlei Rechte mehr verfüge, beziehungsweise ohnehin so weit integriert sei und etwa Streikrecht und dergleichen auch nicht in Anspruch nehme. Genau diese sozialen, politischen und ökonomischen Mechanismen finden nun, so Adorno und Horkheimer, in der Kulturindustrie ihren Ausdruck. Aus dieser ökonomischen Hypothese haben Adorno und Horkheimer schließlich auch die Konsequenzen der Kulturindustriekritik abgeleitet: dass die Menschen widerspruchslos in das System der Kulturindustrie eingepasst werden. Das ist deshalb von Bedeutung, weil innerhalb des »Instituts für Sozialforschung« andere Theoretiker, wie Franz L. Neumann (1900–1954) oder Marcuse, vielmehr davon ausgingen, dass kapitalistische Gesellschaften durch eine äußerst fragile, in sich höchst widersprüchliche Krisendynamik gekennzeichnet seien, die nur zeitweise durch staatliche und ökonomische Gewalt stabilisiert werden könnten. Demgegenüber erscheint die kritische Theorie der Kulturindustrie in der Sicht Adornos und Horkheimers strukturell ausweglos. Problematisch ist diese aporetische Konstruktion deshalb, weil die zugrunde gelegte Logik aus *Dialektik der Aufklärung* abgeleitet zu sein scheint.

Kulturindustrie als Monopolkapitalismus

Adorno und Horkheimer rekonstruieren eine zivilisatorische Logik, nach der Aufklärung und Mythos in einer widersprüchli-

Exkurs

chen Dynamik miteinander verschränkt zu begreifen sind. Gekennzeichnet ist diese Verschränkung durch die Dialektik der Herrschaft, nach der jede Freiheit sich nur durch Unterwerfung realisiert. In der *Dialektik der Aufklärung* wird dies in zwei Exkursen exemplarisch entwickelt: Geht es im zweiten Exkurs um das Zeitalter der Aufklärung selbst und um die prekäre Konsequenz einer zum bloßen Instrument gewordenen Rationalität[47], so führt der erste Exkurs in die Frühzeit menschlicher Zivilisation: am Beispiel von Homers *Odyssee* wird die Urgeschichte der bürgerlichen Gesellschaft entfaltet.

Odysseus, Ursprung der Kulturindustrie im Mythos

In seinem spezifischen Vermögen, kraft der Vernunft durch List den mythischen Bann zu durchschlagen, gilt Odysseus »als prototypischer Bürger« (GS 3/94). Insbesondere für den Zusammenhang der Kulturindustrie ist die Episode von Bedeutung, die von der Vorbeifahrt des Odysseus an der Sireneninsel berichtet. »Maßnahmen, wie sie auf dem Schiff des Odysseus im Angesicht der Sirenen durchgeführt werden, sind die ahnungsvolle Allegorie der Dialektik der Aufklärung« (GS 3/52). Diese Episode antizipiert den Kulturbetrieb der verwalteten Welt. »Aber die Lockung der Sirenen bleibt übermächtig. Keiner, der ihr Lied hört, kann sich entziehen« (GS 3/50). Zum Ursprung des ökonomischen Prinzips wird die Naturbeherrschung, die in Selbstbeherrschung sich verkehrt. »Die Geschichte der Zivilisation ist die Geschichte der Introversion des Opfers. Mit anderen Worten: die Geschichte der Entsagung« (GS 3/73). Es ist die »Widervernunft des totalitären Kapitalismus«, dass seine »Technik, Bedürfnisse zu befriedigen« umschlägt und zur tendenziellen »Ausrottung der Menschen treibt« (GS 3/73). Dafür steht Odysseus prototypisch, weil er sich »dem Opfer [...] entzieht, indem er sich opfert« (GS 3/73). Durch eine List kommt Odysseus in den Genuss des Sirenengesangs, ohne an der Verlockung der Sirenen zugrunde zu gehen. Damit wird letztlich die Lust aufgeschoben

47 | In Konflikt gerät die Vernunft mit ihrer postulierten Moral, die als Zwang und Treibverzicht der rationalen Effizienz unterworfen wird. Hier spielt ein Thema hinein, dass für die Kulturindustrie nachgerade bestimmend wurde: die Sexualität, insbesondere das Versprechen sexueller Wunschbefriedigung, woraus sich ein Großteil der Kulturwaren wesentlich zusammensetzt; vgl. die noch immer aktuellen exemplarischen Untersuchungen von Wolfgang Fritz Haug, Kritik der Warenästhetik, Frankfurt/Main 1972.

und durch den passiven Genuss ersetzt: Odysseus lässt sich an den Mastbaum fesseln, um so regungslos dem Gesang zu lauschen; den Ruderern hat er indessen befohlen, sich Wachs in die Ohren zu stopfen, damit sie weder dem gefährlichen Gesang, noch Odysseus' Hilferufen, ihn doch loszubinden, ausgesetzt sind. Sie sind taub an ihre Tätigkeit gebunden. So bedeutet Odysseus' List Naturbeherrschung wie soziale Herrschaft, aber auch Selbstbeherrschung, Selbstentsagung. Nach dem hegelschen Modell von Herr und Knecht, in dem die moderne Trennung von Genuss und Arbeit exponiert ist, erscheint Odysseus in seiner Regungslosigkeit und seinem letztendlich unbefriedigten Genuss so verstümmelt wie die Ruderer in ihrer genusslosen, abstrakten Arbeit. Hier findet die fortgeschrittene Arbeitsteilung ihr Urbild: das entfremdete Proletariat auf der einen Seite und das verdinglichte Bürgertum auf der anderen. Odysseus ist das »Urbild eben des bürgerlichen Individuums« (GS 3/61), und der »listige Einzelgänger ist schon der homo oeconomicus, dem einmal alle Vernünftigen gleichen: daher ist die Odyssee schon eine Robinsonade« (GS 3/80). Odysseus wie Robinson »machen aus ihrer Schwäche – der des Individuums selber, das von der Kollektivität sich scheidet – ihre gesellschaftliche Stärke« (ebd.). Aus der List, mit der Odysseus den Mythos bezwingt, entspringt die Bedingung der Kunst im kulturindustriellen Zeitalter: »Seit der glücklich-mißglückten Begegnung des Odysseus mit den Sirenen sind alle Lieder erkrankt, und die gesamte abendländische Musik laboriert an dem Widersinn von Gesang in der Zivilisation, der doch zugleich wieder die bewegende Kraft aller Kunstmusik abgibt« (GS 3/78). Noch jedes Orchester und jede Popband, überhaupt, jede musikalische Produktion funktioniert arbeitsteilig, auch gegenüber dem Publikum, dem das Geschehen auf der Bühne unerreichbar und der Genuss nur ein Derivat des Glücksversprechens von Kultur bleibt. In der Kulturindustrie wird schließlich die Trennung von Arbeit und Genuss vorgeblich rückgängig gemacht, demokratisch nivelliert, indem Genuss selbst als Amüsement zur Arbeit wird. »Amusement ist die Verlängerung der Arbeit unterm Spätkapitalismus« (GS 3/158).

Standardisierung der Kulturwaren

»Vergnügtsein heißt Einverstandensein« | Die spektakulär-geheimnisvollen Verfahren der kulturindustriellen Produktion heißen Standardisierung, Schematismus und Stereotypen. »Der Zuschauer soll keiner eigenen Gedanken bedürfen: das Produkt

zeichnet jede Reaktion vor: nicht durch seinen sachlichen Zusammenhang – dieser zerfällt, soweit er Denken beansprucht –, sondern durch Signale. Jede logische Verbindung, die geistigen Atem voraussetzt, wird peinlich vermieden« (GS 3/159). Die Produkte wie die Effekte sind von vornherein kalkuliert, vorgeblich im Interesse der Kunden und ihrer Bedürfnisse. Mögen sich die Kulturwaren, die Autos und Fernsehkanäle, die Tageszeitungen und Jugendmoden etc. untereinander auch gravierend in ihrer äußeren Gestalt unterscheiden und so dem individuellen Geschmack entsprechen: Dem Gehalt nach allerdings, als Waren, sind sie darin einheitlich, eben ihren Gehalt, primär Waren zu sein, nicht infrage zu stellen. Die mittlerweile in der Kulturindustrie endlich durchgesetzte Ächtung von Rassismus und Homophobie bestätigt indirekt Rassismus und Sexismus: Die Schwarzen bekommen ihre Rolle als Schwarze oder dürfen den *white trash* der Vorabendserien adaptieren; Schwule können mitmachen, wenn sie das heterosexuelle Klischee von Ehe und Zweierbeziehung kopieren, während Lesben, die die männlichen Schemata der Pornografie überschreiten, ins Stereotype der Emanze herabrutschen. Für so viel Zugeständnisse erlaubt man sich freilich, die rassistischen Stereotypen und homophoben Standards umso leichfertiger in die Shows zu integrieren: Die Minoritäten dürfen auch mitspielen, wenn sie sich rückhaltlos zu ihrem spezifischen Rollenklischee bekennen – der türkische Entertainer muss die Türkenwitze selbst erzählen, freilich in gebrochenem Deutsch. Und der Schauspieler Dirk Bach, der bei einer Preisverleihung die homophobe Nazipopband »Böhse Onkelz« ankündigen sollte, kommentierte seinen Auftritt treffend: »Da haben die sich wohl gedacht, das lassen sie mal den Schwulen machen.« Auch dürfte es kein Zufall sein, dass in den Endrunden der Reality-Shows fast ausschließlich nicht-weiße Sozialdeklassierte im Menschenzoo vorgeführt werden.

Zum Stichwort ›Massenbetrug‹

Die Standardisierung der Kulturwaren bedeutet auch, ganz entgegen dem demokratischen Ideal der freien Selbstentfaltung, die Standardisierung der Bedürfnisse. Jede Irritation des Gewohnten muss vermieden werden, um das System nicht zu gefährden. Das abenteuerliche Leben ist zum Computerspiel geworden; selbst die Kinohelden sind mittlerweile so überlebensfähig, dass schon längst die Schießerei kein Risiko mehr darstellt. Wo alles Lebendige eh dem Tod abgerungen scheint, gibt es folglich keine Lebensgefahr mehr. Im Zeitalter der Angst darf niemand

mehr Angst haben. Jeder Verzicht wird sublimiert. Bevor eine Befriedigung aufgeschoben wird, gibt es einen Ersatz, um eben keine Lücke entstehen zu lassen. Jede Anstrengung, jede Form von Widerstand wird vermieden. »Vergnügen heißt allemal: nicht daran denken müssen, das Leiden vergessen, noch wo es gezeigt wird. Ohnmacht liegt ihm zu Grunde. Es ist in der Tat Flucht, aber nicht, wie es behauptet, Flucht vor der schlechten Realität, sondern vor dem letzten Gedanken an Widerstand, den jene noch übrig gelassen hat« (GS 3/167). Die Kulturindustrie redet dem Konsumenten »nicht bloß [...] ein, ihr Betrug wäre die Befriedigung, sondern sie bedeutet ihm darüber hinaus, daß er, sei's wie es sei, mit dem Gebotenen sich abfinden müsse« (GS 3/164).

Adorno und Horkheimer sind immer wieder dafür kritisiert worden, dass sie die Menschen für zu dumm gehalten hätten, die Kulturindustrie zu durchschauen. Eingewendet gegen die These vom Massenbetrug wurde, dass die Entwicklung der Massenkultur eine Ausdifferenzierung zeige, die ganz im Gegenteil demokratische Mitbestimmung, Gedankenfreiheit und ein reichhaltiges Konsumangebot garantiere. Außerdem seien Adorno und Horkheimer mit ihrer These vom Massenbetrug schließlich massenfeindlich, indem sie arrogant den Massen ihr Vergnügen absprächen und sich anmaßten, entscheiden zu können, was das wirkliche Glück für die Menschen sei. Diesen Einwand muss man scharf zurückweisen: Eine Kritik, die glaubt, in dieser Weise die Kulturindustrieanalyse aushebeln zu können, verfehlt sie vollständig. Die kritische Theorie hat nie Richtlinien darüber aufgestellt, wie das menschliche Glück auszusehen habe, sondern es stets als das Recht des Menschen angesehen, dies für sich selbstbestimmt zu entscheiden. Vielmehr ist die Kulturindustrie massenfeindlich, wenn sie in Standards die Muster des Glücks feststellt. Das reichhaltige Konsumangebot und die Mitbestimmungsmöglichkeiten der Konsumenten ändern vielleicht etwas am Kulturprogramm, gewiss aber befördern sie keine strukturellen gesellschaftlichen Veränderungen. Arrogant ist zudem eine Position, die sich anmaßt zu wissen, dass das heute als Befriedigung erlebte Vergnügen das Bestmögliche sei, was an Glück und Unterhaltung zu erwarten sei. Nicht Adorno und Horkheimer erklären die Masse für dumm, sondern die Kulturindustrie tut es: Sie mutet ihnen nichts zu. Das Publikum ist keineswegs dumm, wenn es darum geht, sich in die Filmwelten von *Matrix* oder *Herr der Ringe* hineinzudenken, wenn es darum geht, sich Fachwissen

über Autos, Science-Fiction oder Sportveranstaltungen anzueignen; aber sich eine Welt vorzustellen, die ohne Geld, Staat und Arbeit funktioniert, in der niemand mehr hungert und unnötig leidet, scheint sich der Denkmöglichkeit fast gänzlich zu entziehen. »Verdummung wird aber nicht durch die Unterdrückten bewirkt, sondern Unterdrückung macht dumm« (GS 10,1/ 35). Darauf zielt das Verdikt von der Aufklärung als Massenbetrug: Mündigkeit ist die »die Freiheit zum Immergleichen« (GS 3/190).

Masse ist Ideologie

Der Massenbetrug ist bereits eine Funktion der Masse; Aufklärung ist als Massenbewusstsein nur als Verblendungszusammenhang denkbar – der Betrug ist kein Mangel an Demokratie, sondern Ausdruck der demokratischen Integration der sozialen Klassen, des Proletariats und der Angestellten, als gleiche und freie Konsumenten. Weil der Betrug, die Verdummung, strukturell in der sozialen Konstruktion der Masse angelegt ist, sprechen Adorno und Horkheimer ausdrücklich nicht von Massenkultur, als repräsentiere die Kultur eben die Masse und ihre Bedürfnisse. Kulturindustrie ist kein Dienst am Kunden, sondern Aufrechterhaltung der Produktionsverhältnisse über jedes Interesse der Produzenten hinweg, aber unter dem Vorwand, dass es um nichts anderes gehe als um die Befriedigung der menschlichen Bedürfnisse. »Die Massen sind nicht das Maß, sondern die Ideologie der Kulturindustrie« (GS 10,1/338). Nach dieser Ideologie hat nicht der Kapitalismus die Masse hervorgebracht, sondern die Massengesellschaft erfordert scheinbar die kapitalistische Ökonomie als klugen, rationellen Kompromiss, die unterschiedlichen Interessen zu organisieren. Gerade dort, wo gegenwärtig in der Kulturindustrie Produktion und Reproduktion ineinander verschmelzen und allenthalben suggeriert wird, dass jeder zum Star werden könne, dass überhaupt der Star Leitbild des gelingenden Lebens sei, wird die Massenkunst als solche mit dem Hinweis auf ihre Popularität verteidigt. Doch: »Popularität hat mit dem spezifischen Inhalt oder der Wahrheit künstlerischer Produktionen nichts mehr zu tun. [...] Popularität besteht in der vorbehaltlosen Übereinstimmung der Menschen mit allem, von dem die Vergnügungsindustrie glaubt, es gefalle ihnen.«[48] Die kritische Theorie der Kulturindustrie verdammt nicht das Vergnügen, missgönnt den Menschen nicht das bisschen Unterhal-

48 | M. Horkheimer, Kunst und Massenkultur, in: ders., Gesammelte Schriften, Bd. 4, a.a.O. [Fn. 19], S. 437

tung, die sie mit ihrem Glück identifizieren, sondern kritisiert diese Identifikation, fordert dagegen angesichts der technischen Möglichkeiten, mit dem Unterhaltungsprogramm ernst zu machen und die kulturelle Produktion tatsächlich an den Bedürfnissen der Menschen auszurichten.

Der Mensch als Konsument

»Die Kulturindustrie hat den Menschen als Gattungswesen hämisch verwirklicht« | Ist in der Kulturindustrie Aufklärung strukturell nur als Massenbetrug möglich, so konterkariert dies die ganze Idee der Aufklärung vom autonomen Subjekt, vom freien Individuum, vom »Ausgang des Menschen aus seiner selbstverschuldeten Unmündigkeit«.[49] Die Philosophie der Neuzeit proklamierte das moderne Individuum (wörtlich meint dies das ›Unteilbare‹) als autonom, also selbstbestimmt und sich selbst bestimmend, als mündig und vernunftbegabt handelnd. Im 19. Jahrhundert *manifestiert* sich das Individuum als Bürger und als Arbeiter, es *formiert* sich indessen als Masse. So wird in der Kulturindustrie schließlich das Individuum paradox; der Individualismus ist zugleich die Subjektform, die Individualität verhindert. Denn jenseits des Klassenwiderspruchs, der die Idee des freien Menschen zur bloßen Ideologie macht, erfindet die Kulturindustrie das Individuum noch einmal: als Konsumenten, selbstbestimmt und mündig im Umgang mit der Warenwelt. »Die Industrie ist an den Menschen bloß als an ihren Kunden und Angestellten interessiert und hat in der Tat die Menschheit als ganze wie jedes ihrer Elemente auf diese erschöpfende Formel gebracht« (GS 3/169). Als Konsumenten sind alle Menschen gleich. Die Menschen identifizieren sich mit den Waren, und die Waren werden zu ideologischen Manifestationen dieser Idee des freien Individuums als Konsument. Die Freiheit, in der die humanistische Theorie des Subjekts gründet, wird zur Freiheit des Konsumenten, zwischen den Produkten frei zu wählen, wird zum liberalen Gesetz des ökonomischen Wettbewerbs, des neoliberalen Konkurrenzkampfs der Leistungsgesellschaft, in der Konsument und Unternehmer die Einheit eingehen, die im 19. Jahrhundert zwischen Bürger und Arbeiter verstellt war. In der fortgeschrittenen Klassengesellschaft tritt der Einzelne nicht mehr

49 | Immanuel Kant, Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung?, in: ders., Werke in zwölf Bänden, hg. von W. Weischedel, Frankfurt/Main 1964, Bd. XI, S. 53

als Repräsentant seiner Klasse auf, sondern als isolierter Konsument. Das mündige Individuum findet sein Ideal im Unternehmer, in der Ich-AG. Adorno und Horkheimer nennen in der *Dialektik der Aufklärung* das Individuum einen »psychologischen Kleinbetrieb«, die »unermüdliche Verwirklichung des Idealtyps homo oeconomicus« (GS 3/229). Ist zwar dieses Individuum für sich unteilbar, die kleinste ideologische und ökonomische Einheit im gesellschaftlichen Tauschverkehr, so ist es gesellschaftlich sehr wohl teilbar, eben austauschbar, ersetzbar, fragmentiert, eine schizophrene und hysterische Manifestation von Widersprüchen. »Jeder ist nur noch, wodurch er jeden anderen ersetzen kann: fungibel, ein Exemplar. Er selbst, als Individuum, ist das absolut Ersetzbare, das reine Nichts [...]« (GS 3/168).

Pseudoindividualität

Adorno und Horkheimer sprechen von »Pseudoindividualität«: »Das Individuelle reduziert sich auf die Fähigkeit des Allgemeinen, das Zufällige so ohne Rest zu stempeln, daß es als dasselbe festgehalten werden kann« (GS 3/177). Dieser »Scheincharakter des Individuellen«[50] wird durch die Logik der Produktionsordnung selbst aufrechterhalten: Keineswegs reagiert das Subjekt nur auf die widersprüchlichen Verhältnisse, in die es sich einfügt, sondern die Identifikation mit dem Bestehenden ist nur möglich, indem das Subjekt gewissermaßen durch die Widersprüche hindurch als Individuum erscheint. Weil dies aber weder als Einheit noch als Ganzheit möglich ist, sondern nur in der Form äußerster Zerrissenheit und Zerbrechlichkeit, bleibt der Prozess der Individualisierung selbst Schein, und die so konstituierte Subjektform ist die Pseudoindividualität des Individuums. Adorno erläutert: »Je mehr die Subjekte von der Gesellschaft erfasst, je mehr sie vom System bestimmt und je vollständiger sie determiniert werden, um so mehr erhält sich das System nicht einfach durch Zwangsanwendung den Subjekten gegenüber, sondern auch durch die Subjekte hindurch.«[51] Der gesellschaftliche Mechanismus, der hier durch die Subjekte hindurch wirkt, also das Prinzip der unbedingten Identifikation mit den herrschenden Verhältnissen, ist von der kritischen Theorie

---

50 | Th. W. Adorno [Pseudonym Hektor Rottweiler], Über Jazz, in: Zeitschrift für Sozialforschung, 5 (1936), S. 250

51 | Th. W. Adorno, Einleitung in die Soziologie, in: ders., Nachgelassene Schriften, Abt. IV, Bd. 16, hg. v. Theodor W. Adorno Archiv u. Ch. Gödde, Frankfurt/Main 1993, S. 253f.

als »Gesellschaftscharakter« der autoritären Persönlichkeit beschrieben worden. Die autoritäre oder konformistische Verankerung des Individuums in der Gesellschaft bildet gewissermaßen den ›Kitt‹, der die gesellschaftliche Ordnung zusammenhält und sich zugleich als Ideologie in der Kulturindustrie manifestiert.[52] Dabei ist die Gesellschaft des fortgeschrittenen Spätkapitalismus keineswegs auf die unmittelbare Autorität, etwa physische Gewalt und direkte Repression angewiesen; mit solchen Maßnahmen schützt sich Kulturindustrie gegen den Einbruch der sozialen Peripherie in die gesellschaftliche Mitte. Die Mitte indessen wird durch Formen der Anpassung stabilisiert, mit denen das Individuum sich selber kontrolliert. Solche Anpassung ersetzt in der Kulturindustrie die Identifikation: Die ideologischen Muster vom vermeintlichen Nonkonformismus, Extravaganz und Highlife sind nur aufrechtzuerhalten durch die unhinterfragte, bedingungslose Akzeptanz und Förderung des Waren produzierenden Systems, der Bestätigung der Wertlogik im Denken und Handeln. Was heute in der allgemeinen Popkultur perfektioniert scheint, hat Marcuse Ende der sechziger Jahre als »Konsumentenökonomie« und »Politik des korporativen Kapitalismus« bezeichnet. Sie »haben eine zweite Natur der Menschen erzeugt, die sie libidinös und aggressiv an die Warenform bindet. [...] Die zweite Natur des Menschen widersetzt sich jeder Veränderung, welche diese Abgängigkeit der Menschen von einem immer dichter mit Handelsartikeln gefüllten sprengte oder vielleicht abschaffte – seine Existenz als Konsument aufhöbe, der sich im Kaufen und Verkaufen selbst konsumiert.« Und Marcuse resümiert: »Die Konterrevolution ist in der Triebstruktur verankert.«[53] Das meinte Löwenthals These von der Massenkultur als Psychoanalyse verkehrt herum.

---

52 | Diese sozialpsychologischen Aspekte gehen innerhalb der kritischen Theorie auf die grundlegenden Arbeiten von Erich Fromm (1900–1980) zurück. Ausgeführt wurden sie später im Zusammenhang mit den Untersuchungen zu *Autorität und Familie* (1936) und den *Studien zum autoritären Charakter* (1950), an denen Fromm, Marcuse, Horkheimer, Adorno und andere beteiligt waren.

53 | H. Marcuse, Versuch über die Befreiung, Frankfurt/Main 1969, S. 26f.

Alle Kultur wird zur Ware

»Alles hat nur Wert, sofern man es eintauschen kann, nicht sofern es selbst etwas ist« | Dass in der gegenwärtigen Phase des Kapitalismus die menschlichen Beziehungen ausschließlich unter dem Vorzeichen ihrer Austauschbarkeit und ihrer Verwertbarkeit stehen, kennzeichnet den Zustand der Kulturindustrie, den Adorno und Horkheimer als verwaltete Welt bzw. universellen Verblendungszusammenhang bezeichnen. Festzuhalten bleibt, dass es hierbei nicht um die Kritik von Kommerz oder Überteuerung geht, sondern um die durch den Warencharakter veränderte Struktur des Verhältnisses von Mensch, Gesellschaft und Welt. Der Doppelcharakter der Ware, neben dem Gebrauchswert auch einen Tauschwert zu besitzen, der zunehmend zur bestimmenden Eigenschaft jedes Gegenstands wird, scheint dem menschlichen Bewusstsein unabhängig von gesellschaftlichen Ursachen natürlichen Ursprungs zu sein. Darüber hinaus werden in der Gesellschaft, die ihre Ökonomie gänzlich auf die Prinzipien der Verwertungslogik einer Warenökonomie umstellt, die gesellschaftlichen Produktionsverhältnisse zu Naturtatsachen, zu einem Automatismus, der sich scheinbar zivilisatorisch notwendig und geschichtlich zwangsläufig hinter den Rücken der Menschen durchsetzt. Das hat Marx für das 19. Jahrhundert als den »Fetischcharakter der Ware« beschrieben. Der Gebrauchswert der Dinge tritt immer weiter hinter ihrem Tauschwert zurück. Zudem erscheinen die Dinge mit einem neuen Gebrauchswert auf dem Markt, nämlich insofern sie ihren primären Nutzen in der Aufrechterhaltung und Verbesserung der Produktion haben und nicht in der Befriedigung menschlicher Bedürfnisse. Heute, wenn selbst von der Politik und Wirtschaftsvertretern die soziale Krise eingestanden wird, erscheint zum Beispiel die Forderung, die Ökonomie an den Bedürfnissen zu orientieren, als geradezu weltfremd und idiotisch; stattdessen ist es das selbstverständliche Ziel, mit der Umstellung der Bedürfnisse – sei's durch Verzicht, sei's durch neue Anreize – die Wirtschaft anzukurbeln (Standort Deutschland). – Diese ideologische Funktion, die Gesellschaft in ihrer Grundstruktur zu bestätigen, bekommen im Zuge der Entwicklung des Kapitalismus die kulturellen Produkte. Eine weitere Stufe für die Formierung der kulturindustriellen Gesellschaft ergibt sich, wenn allgemeine menschliche Verhaltensweisen und Beziehungen (Freundschaft, Liebe, Sexualität etc.) zu Waren oder in einer ökonomisierten Weise vorgestellt werden. In der gegenwärtigen Popkultur ist dieses System schließlich so

weit perfektioniert, dass nunmehr auch Gesten und Verhaltensmuster, die einmal Ausdruck von Widerstand, Rebellion und Unbehagen waren, zu warenförmigen, fetischisierten Plaketten des Einverständnisses werden. Sofern die Kultur zur Ware wird, geht das Wertverhältnis unmittelbar in ihre Funktion über: »Was man den Gebrauchswert in der Rezeption der Kulturgüter nennen könnte, wird durch den Tauschwert ersetzt, anstelle des Genusses tritt Dabeisein und Bescheidwissen, Prestigegewinn anstelle der Kennerschaft« (GS 3/181).

Kunst als Ware

»Der ›Erfolg‹ der Kulturindustrie liegt in der ›Transposition der Kunst in die Konsumsphäre‹« | Die Dimension der These, dass alle Kultur zur Ware wird, ist heute offensichtlich, gerade weil die Tatsache, dass alles dem Gesetz der Warenproduktion unterstellt ist, nicht mehr offensichtlich ist. Die Trennung zwischen Form und Inhalt, auf die gerade gemäßigte Kritiker der Kulturindustrie gerne verweisen, ist überflüssig geworden: So wenig es Sinn macht, bei der Nazipunkband den faschistischen Text von einer irgendwie doch ganz guten Musik zu unterscheiden, so wenig macht es Sinn, den Menschen verachtenden Zynismus eines Moderators für intelligenter als den der anderen zu halten, weil man mit seinem Stil oder Sachverstand sympathisiert, und so wenig macht es Sinn, in dem Werbefilm für irgendein Produkt künstlerische Qualitäten entdecken zu wollen, nur weil das Reklameteam kleine Godard-Reminiszenzen eingebaut hat, und so wenig macht es Sinn, das technisch perfektionierte Trickkino mit postmodernen Simulationstheorien auszudeuteln, ohne überhaupt auch nur ein Wort über die Produktionsverhältnisse zu verlieren. Genau in dem Maße, wie die Ästhetik zu einer Glanzschicht geworden ist, mit der die Gesellschaft überzogen wurde, verzichtet die kritische Theorie auf die ästhetische Deutung und konzentriert sich auf die soziale Bedeutung. Kracauer stellte bereits fest, dass diese umso mehr ins Gewicht falle, je ärmer die Produkte der Massenkultur »an Gehalten sind, die einer strengen ästhetischen Beurteilung standzuhalten vermögen«.[54] Indem auch die Kunst zur Ware wird, verdoppelt sich in ihrem ästhetischen Schein der Fetischzusammenhang gewissermaßen; ästhetische Kritik reicht nicht mehr hin, kraft des ästhe-

---

54 | S. Kracauer, Über die Aufgabe des Filmkritikers, in: ders., Werke, a.a.O. [Fn. 32], Bd. 6,3, S. 62

tischen Scheins den gesellschaftlichen zu durchbrechen. Deshalb müssen die Dinge, gerade wo alle zur Ware geworden sind, nüchtern betrachtet werden. Das heißt, die Kunst in der Kulturindustrie als Ware überhaupt in den Blick zu nehmen: »Der Film ist innerhalb der kapitalistischen Wirtschaft eine Ware wie andere Waren auch. Er wird – von wenigen Outsidern abgesehen – nicht im Interesse der Kunst oder der Aufklärung der Massen produziert, sondern um des Nutzens willen, den er abzuwerfen verspricht.«[55] Ebenso konstatiert Adorno 1932 für die Musik: »Die Rolle der Musik im gesellschaftlichen Prozess ist ausschließend die der Ware; ihr Wert der des Marktes. Sie dient nicht mehr dem unmittelbaren Bedürfnis und Gebrauch, sondern fügt sich mit allen anderen Gütern dem Zwang des Tausches um abstrakte Einheiten und ordnet mit ihrem Gebrauchswert, wo immer er übrig sein mag, dem Tauschzwang sich unter« (GS 18/729). Kunst im bürgerlichen Zeitalter war schon immer vom Betrieb umschlossen; die Autonomie der Kunst, ihre Unabhängigkeit von Kirche und Staat, bedeutete zugleich ihre Freiheit als Ware auf dem ökonomischen Markt. Unter der Regie der Kulturindustrie wird ihre Funktion allerdings vollständig der Kulturwaren angeglichen. So »bahnt eine Veränderung im Warencharakter der Kunst selber sich an. Nicht er ist das Neue: nur daß er heute geflissentlich sich einbekennt, und daß Kunst ihrer eigenen Autonomie abschwört, sich stolz unter die Konsumgüter einreiht, macht den Reiz der Neuheit aus« (GS 3/180).

Das falsche Ende der Kunst

Wenn Hegel vor nunmehr zwei Jahrhunderten vom Ende der Kunst sprach und damit den Funktionsverlust der Kunst genau zu dem Zeitpunkt bezeichnete, als sich in der bürgerlichen Gesellschaft der moderne Kulturbetrieb samt Massenveranstaltungen, Museen, Konzerthäusern und autonomen Kunstwerken überhaupt erst etablierte, sind die Konsequenzen für die Kunst in der Kulturindustrie ein Jahrhundert später offenkundig: Die Künste und der ihnen zugewiesene kulturelle Bereich sind nicht außerhalb der Kulturindustrie, sondern vollständig integriert, samt der bildungsbürgerlichen Ideologie, die heute noch immer am Kunstbetrieb hängt, obwohl die ästhetischen Grenzen zur Massenkultur und zu populären Kunstformen längst eingerissen sind. Das bezeichnet nach Adornos Wort die »Liquidation der Kunst«, die »Entkunstung der Kunst«, oder die »Verfransung der

55 | Ebd., S. 61

Künste«: ein falsches Ende der Kunst. Mit dieser Aktualisierung der These vom Ende der Kunst ist so wenig wie bei Hegel gemeint, dass Kunst aufhört oder verschwindet; im Gegenteil: Immer mehr soziale Bereiche werden zur Kunst erklärt sowie einer Ästhetisierung des Alltagslebens und des Politischen unterworfen. Damit ändert sich die Struktur der Kunst. Neu ist, »daß die unversöhnlichen Elemente der Kultur, Kunst und Zerstreuung durch ihre Unterstellung unter den Zweck auf eine einzige falsche Formel gebracht werden: die Totalität der Kulturindustrie. Sie besteht in Wiederholung« (GS 3/157f.). In solcher Wiederholung stirbt der Wahrheitsgehalt der Kunst ab; sie befördert keine ästhetische Erfahrung mehr, die sich der bestehenden Ordnung, dem Gewohnten verweigert, verliert ihren Vorschein einer utopischen Wahrheit, dass eine andere Welt möglich wäre; ästhetischer Schein provoziert nicht mehr den Erkenntnischarakter der Kunst, das gesellschaftlich Unwahre, sondern im ästhetischen Schein instrumentalisierter Kunst wird die bestehende Ordnung immer wieder als Ganze bestätigt. »Das Prinzip der idealistischen Ästhetik, Zweckmäßigkeit ohne Zweck, ist die Umkehrung des Schemas, dem gesellschaftlich die bürgerliche Kunst gehorcht: der Zwecklosigkeit für Zwecke, die der Markt deklariert« (GS 3/181). So verwandelt sich die Kunst ihrer Struktur nach in Kitsch auch dort, wo das Bürgertum versucht, den Bereich anspruchsvoller Kunst aus Prestigegründen aufrecht zu erhalten. Der ökonomische Aufschwung, der in der bildenden Kunst in den neunziger Jahren zu verzeichnen war, spiegelt die allgemeine Tendenz der Verschmelzung von Hochkultur und Kulturindustrie. Wurden an den Universitäten zunächst die Sozialwissenschaften in Medien- und Kulturwissenschaften umetikettiert, so gilt heute als zeitgemäßer Schwerpunkt das so genannte Medien- oder Kulturmanagement; die Verbindung von Betriebswirtschaftslehre und freier Kunst ist obligatorisch, der Künstler wird zum selbstständigen Unternehmer, wo er zuvor schon gelernt hat, als Unterhalter zu fungieren.[56]

Nach einer gängigen Auffassung ist Kunst nicht mehr als der

---

56 | Ein gutes Beispiel dafür ist Jeff Koons; vgl. die Ausführungen von W. Grasskamp, Kulturrevolution von oben. Auf Kaffeefahrt mit Jeff Koons, in: ders., Der lange Marsch durch die Illusionen, München 1995, S. 163ff.; umfassend zu diesem Komplex auch: ders., Kunst und Geld. Szenen einer Mischehe, München 1998.

»Kein Gedicht nach Auschwitz«

Spiegel der Gesellschaft, eine passive Wiedergabe dessen, was ohnehin ist. Hingegen ist nach Leo Trotzki (1879–1940) Kunst kein Spiegel der Gesellschaft, sondern der Hammer, der den Spiegel (also gewissermaßen die Ideologie der Kunst) zerschlägt. Wird Kunst zur Ware, wird sie zum bloßen Spiegel zurückverwandelt. Das wäre unbedenklich, wenn die Welt der Kulturindustrie weitgehend befriedet und human wäre. Doch das 20. Jahrhundert ist vom Grauen gezeitigt, das von Kunst mehr verlangt, als bloß dieses Grauen zu spiegeln. Mehr noch: Adorno hat sogar für die avancierte Kunst keine Möglichkeit mehr gesehen, ästhetisch-kritisch auf die Geschichte zu reagieren, die Auschwitz hervorbrachte. Auschwitz – selbst schon sprachloser Name für das Verbrechen, das den Menschen noch ihre Namen genommen hat – lässt Kunst verstummen.[57] Adornos Auseinandersetzung mit dem Problem, welche Kunst nach Auschwitz noch möglich sei, betrifft indes nicht nur solche, die den Massenmord thematisiert, sondern betrifft Kunst und Kulturindustrie grundsätzlich. »Alle Kultur nach Auschwitz, samt der dringlichen Kritik daran, ist Müll« (GS 6/359). Die Provokation der Kunst ist vom Terror der Realität überholt worden.

Kulturindustrie und Faschismus

»Die rücksichtslose Einheit der Kulturindustrie bezeugt die heraufziehende der Politik« | In *Dialektik der Aufklärung* geht es um die Regression der zivilisierten Welt – Adorno spricht später in der *Negativen Dialektik* von einer »Logik des Zerfalls« (GS 6/148f. u. 313ff.). Auch wenn die These anhand der zur Kulturindustrie erstarrten Massendemokratie expliziert wird, meinten Adorno und Horkheimer mit Barbarei freilich nicht das demokratische Amerika, das ihnen Zuflucht und Freiheit bot, sondern das vom nazideutschen Terror überschattete Europa. Die Kulturindustrie ist nicht faschistisch, aber strukturell gibt es zwischen der demokratisch organisierten Massenkultur und der faschistischen Gesellschaft ähnliche Funktions- und Verhaltensweisen, Übereinstimmungen in der Prädisposition des allgemeinen Bewusstseins. Wie die kritische Theorie in ihren Studien zur Autorität gezeigt hat, sind etwa rassistische Ressentiments eben nicht

57 | Das meint Adornos Satz, »nach Auschwitz ein Gedicht zu schreiben, ist barbarisch«; vgl. Kulturkritik und Gesellschaft (GS 10,1/30); Ist die Kunst heiter? (GS 11/603); vgl. R. Behrens: Verstummen. Über Adorno, Hannover, Laatzen 2004.

inhaltlich in ihrer Eigenlogik begründet, sondern setzen einen autoritären oder konformistischen Charakter voraus, dessen Vorurteile von den harmlosen Projektionen leicht in die Pogromstimmung umschlagen können. Der dem Abschnitt über Kulturindustrie folgende Abschnitt *Elemente des Antisemitismus* in der *Dialektik der Aufklärung* zeigt dies an der zunehmenden Verdinglichung des Bewusstseins und der gesellschaftlichen Verhältnisse. Kaum ein Gesellschaftssystem hat die Ästhetisierung des Lebens so perfekt vorangetrieben wie das völkische des deutschen Faschismus; der planmäßige Massenmord an den Juden war Teil des fortgeschrittenen Modernisierungsprozesses, nicht dessen bloß negative Kehrseite. Im Antisemitismus kulminierte die Logik von der Selbstwertung des Werts; das ist die unmittelbare Bedeutung von Sätzen wie »Jedem das Seine« oder »Arbeit macht frei«.[58] »›Keiner darf hungern und frieren; wer's doch tut, kommt ins Konzentrationslager‹: der Witz aus Hitlers Deutschland könnte als Maxime über allen Portalen der Kulturindustrie leuchten. [...] Der, für den man draußen nicht sorgt, gehört ins Konzentrationslager, jedenfalls in die Hölle der niedrigsten Arbeit und der Slums. Die Kulturindustrie aber reflektiert die positive und negative Fürsorge für die Verwalteten als die unmittelbare Solidarität der Menschen in der Welt der Tüchtigen« (GS 3/172f.). Kann ein halbes Jahrhundert nach der Befreiung vom Faschismus Kulturindustrie noch in solchen Kategorien erfasst werden? Ein Vergleich zwischen den *Big-Brother*-Containern und den Lagerbaracken relativiert nicht Auschwitz, sondern die deutschen Vernichtungslager relativieren das Vergnügen an den Erniedrigungen der Menschen in den Reality-Shows. Der Unterschied ist einer ums Ganze und gleichzeitig keiner: Die Erbärmlichkeit der in den Containern eingesperrten Angestellten der Kulturindustrie und die Qual der vom deutschen Faschismus Verfolgten und Ermordeten sind mitnichten dasselbe; und doch basieren beide Phänomene strukturell auf dem Prinzip der Selektion, in der Reduktion des Menschen auf das Exemplar, in der Demütigung des Schwachen und der schadenfrohen Diskriminierung. Nicht nur werden mit ähnlichen Containern im Übrigen die Wohnunterkünfte für Niedriglohnkolonnen aus Osteuropa zu-

58 | Vgl. hierzu: M. Postone, Nationalsozialismus und Antisemitismus. Ein theoretischer Versuch, in: D. Diner (Hg.), Zivilisationsbruch. Denken nach Auschwitz, Frankfurt/Main 1988, 242ff.

sammengestellt, sondern auch die Abschiebeknäste für unerwünschte Migranten. Vor ihnen formiert sich der brandschatzende Mob der neofaschistischen Jugendlichen. Hier setzt sich unheilvoll die Dialektik der Aufklärung fort. So falsch es ist, Kulturindustrie faschistisch zu nennen, so sehr gilt es, die Logik der faschistischen Gesellschaft zu reflektieren: Auch der Nationalsozialismus formierte sich als Kulturindustrie, blieb keineswegs hinter der modernen Massenkultur zurück. Darauf zielt wohl Adornos Verdacht, dass »das Nachleben des Nationalsozialismus in der Demokratie als potentiell bedrohlicher« zu betrachten ist »denn das Nachleben faschistischer Tendenzen gegen die Demokratie« (GS 10,2/555f.).

Zur Politik der Kulturindustrie

Das widerspricht dem Bild, das von der Kulturindustrie selbst aufrecht erhalten wird: So beruft man sich beispielsweise gegen den staatlich verordneten Antifaschismus in der DDR auf die demokratischen Strukturen der Massenkultur, in denen Freiheit und Toleranz garantiert seien. Die perennierende Ästhetisierung der Gegenwart erscheint nachgerade als Bollwerk der Kulturindustrie gegen die NS-Vergangenheit. Nachdem über Jahrzehnte verdrängt wurde, dass in der faschistischen Gesellschaft der Ausnahmezustand in der Normalität des Alltagslebens gründete, wird heute die deutsche Geschichte als Leidensgeschichte der Deutschen, die vom Führer bloß verführt und um die wahre Volksgemeinschaft betrogen wurden, zum spektakulär inszenierten Doku-Drama. Kultur vor Fünfundvierzig wird auf Hitlers Lieblingskünstler reduziert; Kultur nach Fünfundvierzig hingegen wird zur bunt aufgemotzten Erlebnisgesellschaft: Wirtschaftswunder, Studentenproteste, Spreewaldgurken und Punkrock werden differenzlos in den Deutschlandshows als große demokratische Kulturbewegung vorgeführt, die im Aufstand der Anständigen mündet. Die Dialektik der Aufklärung ist damit doppelt verstellt: Es wird ausgeblendet, dass es eine kulturelle Logik gibt, die zu Auschwitz führte, und es wird ausgeblendet, dass es eine kulturelle Logik nach Auschwitz gibt.[59] Formiert sich heute ein rechter bis neofaschistischer Mainstream, der von allgemeinen Ressentiments bis zum offenen Antisemitismus reicht, wird

59 | Umso perfider schlägt die Dialektik der Aufklärung zurück, wenn es um den Holocaust als Thema der Kulturindustrie geht; vgl. M. Zuckermann, Gedenken und Kulturindustrie. Ein Essay zur deutschen Normalität, Berlin 1999.

immer noch so getan, als sei das bloß eine kurzzeitige Modeerscheinung, die mit ›der Kultur‹ eigentlich nichts zu tun habe. Egal was passiert, das Unterhaltungsprogramm muss fortgesetzt werden. Aufrechterhalten wird somit eine Ordnung, in der die gesellschaftlichen Bereiche von Wirtschaft, Sport, Politik, Kultur zu einem Block zusammenschmelzen. Dass die Kulturindustrie ›politisch‹ ist, heißt nicht nur, dass sie politische Themen zur Informationsware macht, sondern dass das Politische in einer kulturellen Verhaltensweise aufgelöst wird.

Die Stufen der Ästhetisierung der Politik

Man kann für die moderne Gesellschaft drei Stufen der Ästhetisierung der Politik unterscheiden, die zugleich den drei Stufen Massenkultur, Kulturindustrie und Popkultur entsprechen. Für die vorfaschistische Massenkultur konstatiert Benjamin eine »Krise der Ausstellungsbedingungen des politischen Menschen«; der Politiker wird zum Darsteller. »Das bedingt eine neue Auslese, eine Auslese vor der Apparatur, aus der der Champion, der Star und der Diktator als Sieger hervorgehen.«[60] Gegen solche Ästhetisierung der Politik der Kulturindustrie hat Benjamin die Politisierung der Kunst gefordert; was jedoch passiert, ist die demokratische Umkehr der totalitären Verschönerung des politischen Lebens: die Politisierung der Ästhetik. Genau das passiert in die Popkultur, die Debord zu Recht als Gesellschaft des Spektakels bezeichnet: Eine ›ästhetisierte‹ Haltung wird zur Politik, umgekehrt wird Politik zur Geschmackssache, die ästhetische Ordnung des Alltagslebens zur Reklame für den Lifestyle, ›politisch‹ zu sein.[61]

Kulturindustrie als Reklame

»Die neue Ideologie hat die Welt als solche zum Gegenstand« | Findet die bürgerliche Gesellschaft des 19. Jahrhunderts ihren Ausdruck in der Massenkultur, so formiert sich die fordistische und spätkapitalistische Gesellschaft des 20. Jahrhunderts als Kulturindustrie. Heute hat sich die Kulturindustrie dialektisch in der Popkultur aufgelöst: Alles ist Pop. Der Soziologe Jeremy Rifkin spricht diesbezüglich von einer »Kulturgesell-

---

60 | W. Benjamin, Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, a.a.O. [Fn. 30], Gesammelte Schriften, Bd. I,2, S. 454f.

61 | Vgl. Fn. 5. Wichtig für die situationistische Kritik der ›Gesellschaft des Spektakels‹ sind hierbei der Existenzialismus Jean-Paul Sartres (1905–1980) und Henri Lefebvres (1905–1991) *Kritik des Alltagslebens. Grundrisse einer Soziologie der Alltäglichkeit*, Frankfurt/Main 1987.

schaft«, die dadurch gekennzeichnet sei, dass sich das Verhältnis von Objekt und seinem Sinnbild umkehre: Das Produkt werde nicht länger vom Bild repräsentiert, sondern das Produkt repräsentiere das Bild.[62] Ähnlich haben Adorno und Horkheimer zum Schluss des Kulturindustrieabschnitts diagnostiziert, dass die kulturindustrielle Warentauschgesellschaft in der bloßen Reklame für sich selber münde. 1933 bringt der Disney-Konzern das erste Merchandise-Produkt auf den Markt: eine Micky-Maus-Armbanduhr. Im selben Jahr wurde das Konzept der Soap Opera entwickelt: Nach einer Idee des Produktmanagers von Procter & Gamble wurde die Rundfunkserie *Ma Perkins* mit Waschmittelwerbung verbunden. Ein paar Jahre später beginnt in Nazideutschland der Fernsehsendebetrieb; dazu kommen Volkswagen, Eis am Stiel und organisierter Massentourismus.

Popkultur

Das ist die Konfiguration, die den Übergang von der Kulturindustrie zur Reklame bezeichnet. Sie bestimmt die Verdinglichung einer Gesellschaft, die tendenziell nur noch aus Reklame für sich selbst besteht. »Das ist der Triumph der Reklame in der Kulturindustrie, die zwanghafte Mimesis der Konsumenten an die zugleich durchschauten Kulturwaren« (GS 3/191). Der Schlusssatz des Kulturindustrieabschnitts antizipiert, inwiefern der Massenbetrug in der Ideologie kulminiert, dass jeder Kunde vermeint, die Reklame zu durchschauen; und der durchschaute Betrug wird zur Kunst, die Werbung inmitten der Verfransung der Künste zur eigenständigen Kunstgattung, der Künstler zum Kreativen. Der Konsument fordert *product placement*, will den BMW im James-Bond-Film. Mit Parolen wie »Ich bin doch nicht blöd!« oder »Geiz ist geil!« wird der Kundschaft ihre Pfiffigkeit versichert. Je ernster die Produktionsverhältnisse werden, desto gewitzter präsentiert sich die Reklame für diese. Früher musste bei der Zigarettenwerbung noch Reklame fürs Rauchen gemacht werden; heute ist jede Zigarettenwerbung auch Reklame gegen das Rauchen. Das zu durchschauen, ist Teil der Kampagne, die den Raucher nicht nur ans Produkt, sondern an die Gesellschaft insgesamt bindet. So ist die junge Frau für die Konsumenten in der Popkultur prototypisch, die keine Zigarettenpackungen mit der Aufschrift »Rauchen lässt die Haut altern« nimmt, sondern lieber eine auf der »Rauchen kann tödlich sein« steht. »Nicht

---

62 | Vgl. dazu kritisch: Slavoj Žižek, Die Revolution steht bevor. Dreizehn Versuche über Lenin, Frankfurt/Main 2002, S. 117ff.

nur fallen die Menschen, wie man so sagt, auf Schwindel herein, wenn er ihnen sei's noch so flüchtige Gratifikationen gewährt; sie wollen bereits einen Betrug, den sie selbst durchschauen; [...] Uneingestanden ahnen sie, ihr Leben werde ihnen vollends unerträglich, sobald sie sich nicht länger an Befriedigungen klammern, die gar keine sind« (GS 10,1/342).

Verändernde Praxis

Mit den Jugendkulturen, die sich nach dem Zweiten Weltkrieg herausbildeten, veränderte sich die soziale Struktur der Konsumentengruppen. In der entwickelten Popkultur sind Jugend und Jugendlichkeit nachgerade die zentralen Ideologeme der Reklame. Rebellion, Revolution, Subversion sind mit ihnen zur Ware geronnenen, die alten Accessoires der widerspenstigen Subkulturen sind längst als offizielle Mode in die Kaufhäuser zurückgekehrt: »No Future« als Retropunk, auf das T-Shirt gedruckt in den asiatischen Sweatshops, von Jugendlichen, die wohl keine Zukunft haben dürften, für Jugendliche, die einmal die Zukunft der gegenwärtigen Gesellschaft sein werden. Indessen hält sich noch heute die Idee, dass Subkulturen außerhalb der Kulturindustrie stünden und gefährdet seien, von der Kulturindustrie vereinnahmt zu werden: Gegen den Ausverkauf wird das Authentische verteidigt, vom ehrlichen Rock bis zum echten Techno. Der Kulturindustrie kommen derart mitgelieferte Werbekampagnen gelegen. Subkulturen sind allein deshalb schon immer Teil der Kulturindustrie, weil sie erstens Teil der gesellschaftlichen Verhältnisse sind und weil sie zweitens sich als Gegenkulturen auf die ›herrschende Kultur‹ beziehen, also ihren Aktionsbereich selbst auf das Kulturelle einschränken. Weil freilich solche Formen der subversiven Kulturpolitik eine Menge Spaß bringen und durchaus das Leben angenehmer machen, werden sie gerne mit Widerstand gegen das System verwechselt, das sie zugleich perpetuieren. Vor allem gilt solche Praxis als scheinbares Argument gegen Adornos und Horkheimers Kulturindustriethese, die angeblich gar keinen Ausweg, keine Praxis zulässt. Doch sehr wohl spricht Adorno nicht nur von den Möglichkeiten des »Underground«, sondern ebenso von der Notwendigkeit »verändernder Praxis«.[63] Die Dialektik der Aufklärung ist dabei konsequent zu denken: »Jeder einzelne Zug im Verblendungszusammenhang ist doch relevant für sein mögliches

63 | Vgl. Adorno, Für Wiener Radio, a.a.O. [Fn. 8], und Individuum und Organisation (GS 8/455f.)

Ende« (GS 10,2/622). Und: »Der Verblendungszusammenhang, der alle Menschen umfängt, hat teil auch an dem, womit sie den Schleier zu zerreißen wähnen« (GS 6/364). Die verändernde Praxis ist in der kritischen Theorie zu verorten: die Kulturindustrie beim Namen zu nennen und in der Deutung der Ideologie diese zu entzaubern. Die Menschen sollten fähig genug sein, sich selbst eine bessere Welt auszudenken; die Einrichtung einer solchen Welt erfordert die bewusste Veränderung der gesellschaftlichen Gesamttendenz, und nicht einfach nur ein besseres Unterhaltungsprogramm.

Weiterführende Literatur

Bock, Wolfgang (2002): Bild Schrift Cyberspace. Grundkurs Medienwissen, Bielefeld

Duarte, Rodrigo (2003): Teoria Crítica da Indústria Cultural, Belo Horizonte

Eagleton, Terry (2001): Was ist Kultur? Eine Einführung, München

Huyssen, Andreas (1987): After the Great Devide. Modernism, Mass Culture, Postmodernism, Bloomington und Indianapolis

Jameson, Fredric (1991): Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late-Capitalism, Durham

Kausch, Michael (1988): Kulturindustrie und Populärkultur. Kritische Theorie der Massenmedien, Frankfurt/Main

Negt, Oskar/Kluge, Alexander (1972): Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit, Frankfurt/Main

Prokop, Dieter (Hg.) (1972), Massenkommunikationsforschung, Drei Bände: Bd. 1: Produktion, Bd. 2: Konsumtion; Bd. 3: Produktanalysen, Frankfurt/Main

Steinert, Heinz (1998), Kulturindustrie, Münster

Schweppenhäuser, Gerhard (2003), Adorno zur Einführung, Hamburg

Die Titel der Edition panta rei

Michael Weingarten
Wahrnehmen
2003, 52 Seiten,
kart., 7,60 €,
ISBN: 3-89942-125-6

Hans Heinz Holz
Mensch – Natur
Helmuth Plessner und das Konzept einer dialektischen Anthropologie
2003, 194 Seiten,
kart., 24,80 €,
ISBN: 3-89942-126-4

Michael Weingarten
Leben (bio-ethisch)
2003, 52 Seiten,
kart., 7,60 €,
ISBN: 3-933127-96-3

Angelica Nuzzo
System
2003, 52 Seiten,
kart., 7,60 €,
ISBN: 3-89942-121-3

Volker Schürmann
Muße
2003, 52 Seiten,
kart., 7,60 €,
ISBN: 3-89942-124-8

Jörg Zimmer
Metapher
2003, 52 Seiten,
kart., 7,60 €,
ISBN: 3-89942-123-X

Hans Heinz Holz
Widerspiegelung
2003, 82 Seiten,
kart., 10,80 €,
ISBN: 3-89942-122-1

Christoph Hubig
Mittel
2002, 52 Seiten,
kart., 7,60 €,
ISBN: 3-933127-91-2

Renate Wahsner
Naturwissenschaft
2002, 52 Seiten,
kart., 7,60 €,
ISBN: 3-933127-95-5

Werner Rügemer
arm und reich
2002, 52 Seiten,
kart., 7,60 €,
ISBN: 3-933127-92-0

Leseproben und weitere Informationen finden Sie unter:
www.transcript-verlag.de